

Opinnäytetyö (AMK)

Journalismi

NJOURS12

2016

Siiri Liitiä

# JOURNALISTISET KEINOT SUOMALAISEN LAITOSTEATTERIN VIESTINNÄSSÄ JA MARKKINOINNISSA

Siiri Liitiä

# JOURNALISTISET KEINOT SUOMALAISEN LAITOSTEATTERIN VIESTINNÄSSÄ JA MARKKINOINNISSA

Tässä opinnäytetyössä tarkastellaan journalismin keinoja osana laitosteatterin viestintää ja markkinointia. Opinnäytetyö koostuu Turun Kaupunginteatterin 70-vuotista historiaa käsittelevästä juttusarjasta ja juttusarjan syntyyn ja teatterien viestintään perehtyvistä tutkimuksesta.

Opinnäytetyön kirjallisessa osassa tekijä reflektoi juttusarjan tavoitteita ja toteuttamista. Lisäksi työssä tutustutaan brändijournalismin käsitteeseen ja tarkastellaan, miten suomalaiset laitosteatterit hyödyntävät journalistisia keinoja viestinnässään ja markkinoinnissaan. Tutkimus luo yleiskatsauksen suurten ja keskisuurten valtionosuusteatterien julkaisemiin mediasisältöihin ja tutustuu siihen, millaisia hyötyjä teatterit tavoittelevat julkaisemallaan, journalistisia keinoja soveltavalla mediasisällöllä.

Aineistona on käytetty teatterien verkossa julkaisemia mediasisältöjä ja teatterien viestinnän ja markkinoinnin parissa työskentelevien henkilöiden haastatteluja.

Suomalaisten laitosteatterien tuottamalla, journalistisia keinoja hyödyntävällä mediasisällöllä on vielä kehittymisen ja kasvamisen varaa. Monet laitosteatterit hyödyntävät jo journalistisia keinoja viestinnässään, mutta nykyisellään teatterien brändijournalistinen viestintä on usein epäsäännöllistä ja erilaisia toimintatapoja kokeilevaa.

Journalismin keinoja hyödyntäviin mediasisältöihin panostamalla ja niiden julkaisua säännönmukaistamalla teatterit voivat pyrkiä sitouttamaan katsojat toimintaansa entistä vahvemmin, tarjoamaan katsojille ohjelmistoonsa liittyvää lisäsisältöä ja houkuttelemaan uusia kohderyhmiä tutustumaan toimintaansa.

## ASIASANAT:

brändijournalismi, viestintä, markkinointiviestintä, teatteri

BACHELOR'S THESIS | ABSTRACT

TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Journalism

2016 | 35

Pirita Juppi

Siiri Liitiä

## BRAND JOURNALISM IN FINNISH PUBLICLY FUNDED THEATRES

This bachelor's thesis takes a look at brand journalism as a part of the PR and marketing of Finnish publicly funded theatres. The thesis work consists of a series of articles about Turku City Theatre's history and a study that examines how the series was written and also studies Finnish theatres' PR and marketing on a larger scale.

In this thesis, the author reflects the goals and the execution of the series of articles. Furthermore, the thesis explores the term "brand journalism" and examines how Finnish theatres utilize elements of journalism as a part of their PR and marketing efforts. The study takes a broad view of the journalistic content published by Finnish big and medium-sized publicly funded theatres. The thesis also discusses the goals the theatres aim for by publishing journalistic content.

This thesis is based on content published on the theatres' websites and interviews given by people working in selected theatres.

There is room for improvement when it comes to journalistic content published by Finnish publicly funded theatres. Many theatres already utilize journalistic elements in their PR and marketing, but as it is, when it comes to brand journalism, most theatres' publishing strategy seems fairly erratic and experimental.

By focusing on the journalistic content and publishing it on a more regular schedule, it's possible for theatres to bring their repertoire closer to the audience and to make it feel more interesting to them, to offer their audience extra material to explore before or after visiting the theatre, and to encourage new audiences to familiarize themselves with what the theatre has to offer.

### KEYWORDS:

brand journalism, communication, marketing communication, theatre

# SISÄLTÖ

|   |           |
|---|-----------|
| <b>1 JOHDANTO</b>   | <b>5</b>  |
| <b>2 NÄKEMYKSIÄ BRÄNDIJOURNALISMISTA</b>                            | <b>7</b>  |
| <b>3 LAITOSTEATTERIT SISÄLLÖNTUOTTAJINA</b>                         | <b>11</b> |
| 3.1 Tutkimuskohteiden määrittely                                    | 11        |
| 3.2 Turun Kaupunginteatterin julkaisutoiminta                       | 12        |
| 3.3 Tutkittujen teatterien julkaisutoiminta                         | 14        |
| 3.3.1 Painetut julkaisut  | 15        |
| 3.3.2 Online-artikkelit ja blogit                                   | 17        |
| 3.3.3 Videot  | 20        |
| 3.4 Yhteenveto  | 21        |
| <b>4 TURUN KAUPUNGINTEATTERI 1946–2016</b>                          | <b>23</b> |
| 4.1 Juttusarjan tausta  | 23        |
| 4.2 Juttusarjan suunnittelu, tavoitteet ja ammattieettinen pohdinta | 24        |
| 4.3 Juttusarjan toteutus  | 27        |
| 4.4 Juttusarjan onnistuminen  | 29        |
| <b>5 TEATTERIT, BRÄNDIJOURNALISMI JA TULEVAISUUS</b>                | <b>32</b> |
| <b>LÄHTEET</b>  | <b>34</b> |

## LIITTEET

- Liite 1. Myrsky – juhlallinen matka satujen saarelle
- Liite 2. Jokamies – mysteerinäytelmä Turun sydämessä
- Liite 3. My Fair Lady – musikaalimatalla Suomen Turussa
- Liite 4. Seitsemän veljestä – unohtumaton matka Impivaaraan
- Liite 5. Punahilkka – rakkaus ja kuolema lähietäisyydellä
- Liite 6. Viiru ja Pesonen – Pikkolon supertähdet
- Liite 7. Elisabeth – musikaali keisarinnan kuolemasta
- Liite 8. Jekyll & Hyde – tekovera ja teatterin taikaa

# 1 JOHDANTO

Tässä opinnäytetyössä tarkastelen journalismin keinoja osana laitosteatterin viestintää ja markkinointia.

Opinnäytetyön tuoteosana olen kirjoittanut Turun Kaupunginteatteri 1946–2016 -juttusarjan Turun Kaupunginteatterin 70-vuotisesta historiasta. Sarja koostuu kahdeksasta artikkelista, jotka julkaistaan Turun Kaupunginteatterin verkkosivustolla vuoden 2016 aikana. Opinnäytetyön ilmestymiseen toukokuussa 2016 mennessä sarjasta on julkaistu ensimmäiset neljä osaa (liitteet 1–4). Loput neljä osaa (liitteet 5–8) julkaistaan syksyllä 2016.

Jatkan opinnäytetyöni tuoteosassa työtä, jonka aloitin Turun Kaupunginteatterin viestintäassistenttina työskennellessäni jo ennen juttusarjan julkaisua, syksyllä 2015. Työn tavoitteena on ollut tarjota teatteriyleisölle mahdollisuus tutustua vuonna 1946 perustetun teatterin monivaiheiseen historiaan internetissä. Pyrin tuomaan teatterin menneet vuosikymmenet perinteistä kovakantista historiikkia helpommin lähestyttäviksi. Ensimmäisenä työvaiheena avasin Turun Kaupunginteatterin verkkosivustolla syksyllä 2015 esitysarkiston, jonka kautta kävijä voi selata teatterin esityksiä kronologisessa järjestyksessä 1940-luvulta nykypäivään. Vuoden 2016 aikana julkaistava juttusarja laajentaa esitysarkistoa esittelemällä tarkemmin kahdeksan eri tavoilla merkittävää teosta arkiston satojen esitysten joukosta. Juttusarjan tavoitteena on juhlistaa Turun Kaupunginteatterin vuoden 2016 tammikuussa vietettyä 70-vuotispäivää, tarjota Turun Kaupunginteatterin katsojille ja muille turkulaisesta teatterista kiinnostuneille ihmisille uudenlaista verkkosisältöä ja antaa lukijoilleen kuva monipuolista ohjelmistoa esittävästä teatterista, joka on ylpeä historiastaan.

Opinnäytetyön kirjallisessa osassa reflektoin juttusarjan tavoitteita, sen toteuttamista ja sille asetettujen tavoitteiden saavuttamista. Lisäksi tarkastelen tässä opinnäytetyössä, miten suomalaiset laitosteatterit hyödyntävät journalistisia keinoja viestinnässään ja markkinoinnissaan. Opinnäytetyössä luon yleiskatsauksen suurten ja keskisuurten valtionosuusteatterien julkaisemiin mediasisältöihin. Näin lukijan on mahdollista ymmärtää, millaisen toimintaympäristön osaksi Turun Kaupunginteatteri 1946–2016 -juttusarja on syntynyt. Vertailen Turun Kaupunginteatterin julkaisemaa mediasisältöä muiden vastaavien laitosteattereiden julkaisuihin. Tutustun siihen, millaisia hyötyjä teatterit tavoittelevat ja saavuttavat julkaisemallaan journalistisia keinoja soveltavalla mediasisäl-

löllä. Aineistona olen käyttänyt teatterien verkossa julkaisemia mediasisältöjä ja teatterien viestinnän ja markkinoinnin parissa työskentelevien henkilöiden haastatteluja.

Opinnäytetyön tavoitteena on antaa tekijälleen ja lukijalleen työvälineitä kulttuurialalla viestinnän tehtävissä toimimiseen ja löytää toimivia tapoja soveltaa journalismin keinoja teatterialan viestintään ja markkinointiin. Tavoitteena on, että toimijat sekä teatterialalla että muilla kulttuurin aloilla voivat hyödyntää tutkimuksen tuloksia omaa viestintäänsä suunnitellessaan.

## 2 NÄKEMYKSIÄ BRÄNDIJOURNALISMISTA

Journalismiin liitetään vahvasti ajatus journalistisen toiminnan objektiivisuudesta. Journalistin ohjeet (Julkisen sanan neuvosto 2011) korostavat tiedonvälityksen riippumattomuutta. On totuttu ajattelemaan, että journalistiset julkaisut välittävät tietoa mainostajien ja muiden rahoittajien intresseistä välittämättä. Journalistin ohjeiden mukaan piilomainonta on kiellettyä ja sisältöä koskevat ratkaisut on tehtävä journalistisin perustein.

Yritysten ja yhteisöjen itse julkaisemassa, journalistisia keinoja hyödyntävässä mediasisällössä eli brändijournalismissa perinteinen ajattelu journalismin riippumattomuudesta kääntyy pääläelleen.

Bullin (2013, 1) mukaan yritysten ja yhteisöjen julkaisema brändijournalismi on syntynyt reaktiona siihen, että mikä tahansa yritys voi nykyään viestiä suoraan asiakkailleen journalismin keinoja käyttäen. Brändijournalismi on Bullin määritelmässä perinteisen journalismin, markkinoinnin ja tiedottamisen käyttämien keinojen sekoitus, jota määrittävät julkaistaville mediasisällöille selkeästi määritelty tarkoitus ja tulosten mittaaminen. Kuten perinteisessä journalismissa, myös brändijournalismissa on kyse kiinnostavista, ajankohtaisista tarinoista. Bullin näkemyksen mukaan brändijournalismia julkaisevalla taholla on sen julkaisemiselle aina tarkoitus. Toisin sanoen voittoa tavoitteleva yritys pyrkii brändijournalismia tuottaessaan riippumattoman tiedonvälityksen sijaan tavalla tai toisella edistämään omien tuotteidensa myyntiä. Journalismilta näyttävällä sisällöllä on uudenlainen tavoite.

Brändijournalismi on käsitteenä suhteellisen uusi. Ensimmäisenä brändijournalismin julkaisijana pidetään McDonaldsia, joka aloitti journalististen keinojen käytön omassa viestinnässään vuonna 2004 (Bull 2013, 8). Kohtuullisen tuoreena ilmiönä brändijournalismia ei vielä ole juurikaan ehditty tutkia. Termille ei ole yhtä, yleisesti hyväksyttyä määritelmää, mutta monet viestinnän alan toimijat ovat julkaisseet omia näkemyksiään siitä, mitä brändijournalismi on.

Digitaalisen viestinnän alalla toimiva pohjoismainen Mynewsdesk-verkkopalvelu esittää brändijournalismista tiiviin määritelmän. *Brändijournalismi – Voiko yritys olla media?* -artikkeli (Mynewsdesk 2014) erottaa brändijournalismin sisältömarkkinoinnista ja markkinoinnista seuraavasti:

Markkinointi = kerromme asioista, joita uskomme asiakkaiden haluavan ostavan [sic]

Sisältömarkkinointi = kerromme asioista, joita asiakkaat voivat tehdä tuotteillamme/palvelullamme

Brändijournalismi = kerromme asioista, joista asiakkaamme ovat kiinnostuneet

Tämä määritelmä korostaa sitä, että brändijournalismi voi käsitellä mitä tahansa aihetta. Sen ei tarvitse välittää tietoa yrityksen tai yhteisön toimintaan suoraan liittyvistä aihepiireistä, vaan se voi ottaa käsittelyyn minkä tahansa teeman, jonka uskotaan kiinnostavan sisältöä julkaisevan toimijan asiakkaita. Tällaisia juttuja julkaistaan muun muassa monissa asiakaslehdissä. Vaikka brändijournalismi on käsitteenä ja ilmiönä uusi, ovat monet tahot – Suomessa esimerkiksi Kesko ja S-ryhmä Pirkka- ja Yhteishyvälehtineen – julkaisseet brändijournalismin kuvauksiin ainakin osittain sopivia asiakasjulkaisuja jo pitkään.

Franchising-tavaramerkkien parissa toimivan amerikkalaisen Brand Journalists -yrityksen toimitusjohtaja Thomas Scott väittää *What is Brand Journalism* -artikkelissaan (2012), että perinteinen mainonta ei enää nykypäivänä toimi, sillä kaikkialla näkyviin mainoksiin kyllästyneet kuluttajat jättävät markkinointiviestit tietoisesti huomiotta. Scottin mukaan markkinointiviestejä paremmin toimivat hyvin kerrotut tarinat, joilla kuluttajien mielenkiinto voidaan houkutella brändin pariin. Brändijournalismi kertoo yrityksestä läpinäkyvällä, liioittelemattomalla ja keskustelevalle tavalla. Scott kutsuu artikkelissaan journalismiin perinteisesti liitettyä objektiivisuuden tavoitetta fantasiaksi ja esittää väitteen, jonka mukaan brändijournalistit eivät ole muista toimittajista erillinen ammattiryhmä eikä brändijournalismi muusta journalismista erillistä toimintaa. Tämän näkemyksen mukaan journalismia ei määrittele ensisijaisesti puolueettomuus vaan faktatiedon välittäminen kuluttajalle tarinankerronnan keinoin.

Sisältömarkkinoinnin alalla toimiva amerikkalainen Contently-teknologiapalvelu näkee asian toisin. Yrityksen näkemyksen (Contently 2014) mukaan brändijournalismi on paradoksaalinen käsite, eikä termiä pitäisi käyttää ollenkaan. Termiin ”journalismi” sisältyy vaatimus julkaisujen riippumattomuudesta, joten yksikään brändi ei voi tuottaa aidosti journalistista sisältöä. Tämän näkemyksen mukaan brändijournalismin sijaan voidaan puhua brändin tuottamasta informatiivisesta mediasisällöstä, jonka tuottamista ohjaa ammattietikka.

Brändättyjä asiakasjulkaisuja tutkittaessa (Cole & Greer 2013) on havaittu, että lukijat kokevat brändätyn julkaisun lähtökohtaisesti perinteistä journalistista julkaisua vähem-



män luotettavaksi. Myös Helen Edwardsin Marketing-lehdessä julkaistu artikkeli *Brands, journalists and the truth about 'brand journalism'* (2013) nostaa esille brändijournalismin käsitteeseen sisältyvän ristiriitaisuuden: brändillä viitataan kaupallisen tuotteen esittämiseen parhaassa mahdollisessa valossa, kun taas journalismiin sisältyy velvollisuus tuoda päivänvaloon käsiteltävän aiheen kaikki puolet. Edwards esittää, että perinteisen journalismin ihanteiden mukaan toimiessaan brändijournalismi nostaisi itse esille brändiin liittyvät epäkohdat ja pakottaisi sisältä päin yrityksen tai yhteisön muuttamaan toimintaansa. Brändijournalismin on tehtävä vaikeita valintoja ja uskallettava käsitellä brändin omaa toimintaa kaikilta näkökannoilta, jos se pyrkii uskottavaksi journalismin lajiksi perinteisen journalismin rinnalle.

Amerikkalainen digitaalisen markkinoinnin alalla toimiva sisällöntuotannon ja sosiaalisen median suunnittelija Sarah Skerik liittää artikkelissaan *Content Marketing vs. Brand Journalism: the Outcomes Define Differences* (2014) brändijournalismiin pyrkimyksen laajentaa tietoisuutta brändistä ja saada kuluttajat välittämään siitä. Hänen mukaansa on turha odottaakaan, että yrityksen julkaisema mediasisältö muuttuisi suoraviivaisesti heti julkaisun jälkeen kasvuksi myyntitilastoissa. Brändijournalismin hyödyt ovat toisenlaisia. Kyse on yleisön kouluttamisesta brändin tarjoamaan tarinaan ja muistijälkien jättämisestä. Internetissä journalistiset julkaisut voivat lisäksi nostaa brändin näkyvyyttä hakukoneissa ja sosiaalisessa mediassa. Skerikin mukaan brändijournalismista on parhaimmillaan hyötyä myös sisäisessä viestinnässä. Juttujen kautta on mahdollista avata yrityksen toimintaa sekä asiakkaille että yrityksen omille työntekijöille.

Mediaseurannan ja tiedotejakelun alalla kansainvälisesti toimiva Meltwater-ohjelmistoyritys määrittelee brändijournalismille neljä sääntöä tai tavoitetta (Oneto 2014). Meltwaterin sääntöjen mukaan brändijournalismin tuottajan tulee lähestyä aiheitaan kuin perinteinen toimittaja ja vastata julkaisussa viiteen kysymykseen: kuka, mitä, missä, miksi ja miten. Brändijournalismin tulee tarjota kuluttajalle tietoa sen sijaan, että se mainostaisi tälle julkaisijansa tuotteita. Julkaisijan tulee pitää viestin vastaanottajat mielessä ja olla valmis keskustelemaan käsitellystä aiheesta heidän kanssaan esimerkiksi sosiaalisen median kautta. Lisäksi yrityksen tai yhteisön julkaiseman sisällön tulee tukea julkaisijan strategiaa ja päämääriä. Oneton artikkelissaan antama määritelmä muistuttaa Sherikin määritelmää: sen mukaan brändijournalismin ensisijainen tarkoitus on voittaa asiakkaan luottamus brändin puolelle ja muodostaa häneen keskusteleva suhde. Brändijournalismi toimii siis keskustelunavauksena, jonka kautta sitä julkaiseva

taho pyrkii tavoittamaan asiakkaan ja pitämään yllä aikaisemmin alkanutta asiakassuhdetta.

Edellä esiteltujen näkökulmien valossa brändijournalismi voidaan nähdä ennen kaikkea julkaisijansa imagoa muovaavana ja arvoja kirkastavana toimintana. Yrityksen tai yhteisön julkaiseman brändijournalismin sisältö heijastelee ennen kaikkea sitä arvomaailmaa, jonka se haluaa liittää itseensä ja välittää asiakkailleen. Käsiteltävät aiheet ja niihin otettavat näkökulmat valitaan sen mukaan, minkälaista julkisuuskuvaa brändijournalismia julkaiseva taho itselleen tavoittelee. Yritysten ja yhteisöjen julkaisema, journalistisia keinoja hyödyntävä sisältö näyttää perinteiseltä journalismilta ja täyttää monet sen tunnusmerkeistä, mutta sen taustalla vaikuttavat aivan erilaiset strategiset tavoitteet kuin perinteisten journalististen julkaisujen.

Edellä esiteltyt brändijournalismin määritelmät ovat yhteneväisiä siinä, että brändijournalismia tai brändien julkaisemaa mediasisältöä määrittävät vetävä tarinankerronta ja pyrkimys läpinäkyvyyteen. Vaikka julkaisujen aiheet valitaan brändin viestintästrategian mukaan, käsitellään niitä rehellisesti ilman myyntipuheita tai markkinointihenkisiä ylisanoja. Brändijournalismiksi kutsutun sisällöntuotannon tavoitteena on tarjota yrityksen asiakkaille heitä kiinnostavaa sisältöä ja koukuttaa vastaanottajat hyvillä tarinoilla. Brändijournalismi ei saa vaikuttaa siltä, että sen avulla yritetään myydä tuotetta. Sen sijaan ensisijaisena tarkoituksena on tarjota vastaanottajalle tietoa tai viihdettä, avata yrityksen toimintaa rehellisesti ja vastata kuluttajien kysymyksiin avoimesti. Jos tuotteen myynti ja asiakkaiden luottamus brändiin kasvaa näiden toimenpiteiden seurauksena, on brändijournalismi onnistunut tehtävässään.

### 3 LAITOSTEATTERIT SISÄLLÖNTUOTTAJINA

#### 3.1 Tutkimuskohteiden määrittely

Tässä luvussa tarkastelen suomalaisten suurten ja keskisuurten valtionosuusteatterien tuottamia journalistisia keinoja hyödyntäviä mediasisältöjä ja vertailen Turun Kaupunginteatterin tuottamaa sisältöä muiden laitosteatterien tuottamiin sisältöihin.

Turun Kaupunginteatteri on Turun kaupungin sataprosenttisesti omistamana osakeyhtiönä toimiva valtionosuusteatteri. Valtionosuusteatteri eli vos-teatteri on lakisääteisen valtion rahoitusosuuden piiriin kuuluva teatteri (SVT 2016). Valtionosuusteatterien joukkoon kuuluvat muun muassa ammattilaisvoimin toimivat kaupunginteatterit. Olen valinnut tutkimuskohteiksi Suomen 33 suurta ja keskisuurta valtionosuusteatteria (Teatterin tiedotuskeskus 2015) sekä Suomen Kansallisoopperan, sillä ne ovat vertailukelpoisia Turun Kaupunginteatterin kanssa sekä rahoitus- että toimintamallinsa puolesta.

Teatterien julkaisemat mediasisällöt on mahdollista jakaa ominaispiirteidensä perusteella kahteen kategoriaan. Ensimmäisen kategorian muodostaa mediasisältö, jossa julkaisija esittelee toimintaansa ja teoksiaan journalismin keinoja hyödyntämättä – esimerkiksi näytelmän kohtauksista koostettu mainosmainen videotrailer tai näytelmää kuvaileva markkinointiteksti. Toisen kategorian muodostaa mediasisältö, jossa sovelletaan journalististen julkaisujen yleisesti hyödyntämiä keinoja, kuten haastatteluja ja taustatutkimusta – esimerkiksi taiteilijan haastattelu, näytelmää taustoittava artikkeli tai teatterin historiaa tai sen henkilökuntaa esittelevä julkaisu. Jälkimmäiseen kategoriaan luen tässä luokittelussa myös teatterien julkaisemat, niiden omaa toimintaa käsittelevät, tiedotteenomaiset uutiset.

Tässä työssä keskityn jälkimmäiseen kategoriaan eli mediasisältöihin, jotka hyödyntävät journalistisia keinoja. Tutkimuksessa käsittelen mediasisältöjä, joihin voi tutustua maksutta joko teatterin verkkosivuston kautta tai sellaisen painotuotteen kautta, jonka kuka hyvänsä voi saada teatterista tutustuttavakseen ilman ostovelvoitetta tai aikaisempaa asiakassuhdetta. Esimerkiksi maksullisten tai vain teatteriesitysten yhteydessä maksutta jaettavien käsiohjelmien sisältämät artikkelit olen rajannut käsiteltävän aihealueen ulkopuolelle. Myös sosiaalisen median palveluissa, kuten Facebookissa, Twitterissä ja Instagramissa, julkaistut viestit olen rajannut tutkittavan alueen ulkopuolelle.

Aloitin tutkimuksen tutustumalla Suomen kaikkien 33 suuren ja keskisuuren valtionosuusteatterin ja Suomen Kansallisoopperan verkkosivuilla tapahtuvaan julkaisutoimintaan. Etsin sivustoilta erityisesti kolmentyyppisiä julkaisuja: ilmaiseksi jaettavien painotuotteiden verkkoversioita (kausiesitteet, asiakaslehdet ym.), journalistisia keinoja hyödyntäviä vain verkossa julkaistavia artikkeleita (blogitekstit, uutiset ym.) ja journalistisia keinoja hyödyntäviä videosisältöjä (videohaastattelut ym.).

Kunkin teatterin viestintään perehdyttyäni huomasin, että selkeä rajanveto aktiivisten, satunnaisten ja passiivisten julkaisijoiden välillä on vaikeaa tai jopa mahdotonta. Harvat teatterit sitoutuvat julkaisuissaan tiettyyn aikatauluun tai tiettyyn formaattiin. Erilaisten julkaisutyyppien yksittäiset kokeilut, epäsäännöllinen julkaisutahti ja vaihtelevat sisällöt ovat tyypillisiä piirteitä monen valtionosuusteatterin julkaisutoiminnalle. Myös teatterin koko ja katsojamäärät vaikuttavat huomattavasti teatterien viestinnän laajuuteen, joten toimijoita ei voi suoraviivaisesti verrata toisiinsa. Niinpä on mahdotonta jakaa teattereita selvärajaisiin kategorioihin julkaisumäärien, käytettyjen formaattien tai muiden julkaisutapojen perusteella.

Siispä tarkastelen tässä luvussa lähemmin kvalitatiivisin perustein valikoitua näytettä teattereita, jotka hyödyntävät viestinnässään journalistisia keinoja. Valikoin käsiteltävät teatterit tarkemman analyysin kohteiksi sillä perusteella, että ne ovat suurten ja keskisuurten valtionosuusteatterien keskuudessa ainakin jollain viestinnän osa-alueella erityisen aktiivisia, monipuolisia tai pitkäjänteisiä sisällöntuottajia.

Teatterien julkaisemiin mediasisältöihin perehtymisen lisäksi olen tätä lukua varten haastatellut viiden eri teatterin (Suomen Kansallisooppera, Helsingin Kaupunginteatteri, Svenska Teatern, Seinäjoen kaupunginteatteri, Turun Kaupunginteatteri) viestinnän ja markkinoinnin parissa työskenteleviä ihmisiä.

### 3.2 Turun Kaupunginteatterin julkaisutoiminta

Opinnäytetyöni tuoteosan toimeksiantaja Turun Kaupunginteatteri on julkaissut ja julkaisee verkkosivuillaan ja toisinaan myös painetuissa julkaisuissa monenlaisia sisältöjä, joissa on hyödynnetty journalismin keinoja. Näihin kuuluvat muun muassa teatterin omasta toiminnastaan julkaisemat uutiset, suurimmista tuotannoista julkaistavat videomuotoiset taiteilija- ja yleisöhaastattelut sekä teatterin historiaa käsittelevät artikkelit. Journalistisia keinoja on hyödynnetty myös Turun Kaupunginteatterin verkkosivuilla

julkaistuissa tekstimuotoisissa taiteilijaesittelyissä, joissa esitellään lyhyesti teatterin näyttelijät ja muu taiteellinen henkilökunta. Taiteilijoiden haastatteluja hyödynnetään myös osana muutamien ohjelmistossa olevien teosten esittelytekstejä.

Edellä mainittujen julkaisujen lisäksi Turun Kaupunginteatteri on mukana Turun kaupungin kulttuuritoimijoiden yhteisellä Kulttuuriblogi-sivustolla, jolla kulttuurin tekijät ja kokijat kertovat omin sanoin turkulaisesta kulttuurista. Toisinaan teatteri julkaisee artikkeleita kaikille turkulaisille neljä kertaa vuodessa jaettavassa, Turun kaupungin julkaisemassa Turkuposti-lehdessä, jossa kerrotaan ajankohtaisista tapahtumista ja Turun kaupungin tarjoamista palveluista. Teatterin julkaisut eivät noudata erityisen tarkkaa aikataulua, vaan niitä julkaistaan mahdollisuuksien mukaan muun muassa ajankohtaisesta ohjelmistosta riippuen.

Erityyppisillä julkaisuilla tavoitellaan Turun Kaupunginteatterille monenlaisia hyötyjä. Seuraava esittely perustuu teatterin myynti- ja markkinointipäällikkö Maria Koposen antamiin tietoihin (haastattelu 12.4.2016).

Teatterin julkaisemat uutisjutut tarjoavat katsojalle mahdollisuuden tutustua Turun Kaupunginteatteria koskeviin uutisiin teatterin oman verkkosivuston kautta. Uusimmat jutut ovat nähtävillä etusivulla, joten sivustolle saapuva kävijä näkee nopeasti, mikä teatterissa on ajankohtaista. Teatterin julkaisuja voivat jakaa sekä teatteri itse omissa sosiaalisen median kanavissaan että mahdolliset kiinnostuneet kävijät omissaan. Julkaisuilla teatteri pyrkii tekemään toimintaansa tunnetuksi, pitämään sivuston ilmeen ajankohtaisena ja samalla houkuttelemaan sivustolle lisää liikennettä. Julkaisuilla kävijät myös pyritään sitouttamaan Turun Kaupunginteatterin toimintaan siten, että he palaisivat teatterin verkkosivuille vastakin katsomaan, mikä siellä on tällä hetkellä ajankohtaista.

Taiteilijoiden ja ensi-iltayleisön videohaastattelut tarjoavat katsojilleen näkökulmia käsiteltävään teokseen ja markkinoivat teosta potentiaalisille asiakkaille. Ensi-iltayleisön haastattelut ovat Turun Kaupunginteatterin tuottamassa journalistisia keinoja hyödyntävässä sisällössä kauimpana perinteisestä, puolueettomaksi mielletystä journalismista ja samalla myös brändijournalismin käsitteeseen liitetystä läpinäkyvyyden ihanteesta, sillä haastatteluvideoille valitaan vain positiiviset mielipiteet käsitellyistä teoksista.

Turun Kaupunginteatteri tarjoaa monien julkaisemiensa mediasisältöjen kautta katsojalle lisäarvoa. Teatterissa käynti ei ole vain katsomossa istumista, vaan kokemusta voi halutessaan jatkaa tai syventää verkossa. Verkossa julkaistut tekstimuotoiset taiteilija-

esittelyt täydentävät Turun Kaupunginteatterin käsiohjelmia, joissa teoksissa esiintyvät näyttelijät esitellään usein vain nimeltä. Esittelyt kirkastavat taiteilijoiden henkilöbrändejä antamalla lukijalle tiiviin katsauksen heidän uraansa ja persoonallisuuteensa. Julkaisemalla esittelyt sivuillaan teatteri tavoittelee hyötyä myös omalle imagolleen – Turun Kaupunginteatteri brändää itseään kulttuurilaitoksena, jossa työskentelee kiinnostavia taiteilijoita. Vastaavasti myös Turun Kaupunginteatterin historiaa käsittelevissä artikkeleissa on kyse kiinnostuneelle katsojalle ilmaiseksi tarjottavasta lisämateriaalista ja sitä kautta imagohyödyistä.

Kaikki Turun Kaupunginteatterin julkaisut ja teatterin hyödyntämät julkaisukanavat tähtäävät osaltaan teatterin näkyvyyden laajentamiseen. On teatterin kannalta mielekästä, että sen toiminnasta tietoa hakeva potentiaalinen katsoja löytää etsimänsä suoraan teatterin omilta verkkosivuilta eikä esimerkiksi paikallislehden sivustolta. Verkkosivuilla julkaistun mediasisällön kautta kävijän on helppo siirtyä selaamaan teatterin ohjelmistossa olevia teoksia. Mediasisältö myös parantaa teatterin sivuston näkyvyyttä verkon hakukoneissa. On teatterin kannalta toivottavaa, että esimerkiksi nimekkästä vierailevasta näyttelijästä tietoa hakeva kuluttaja näkee Turun Kaupunginteatterin julkaiseman taiteilijaesittelyn hakutulosten joukossa. Kulttuuriblogin ja Turkupostin julkaisut puolestaan laajentavat teatterin näkyvyyttä sen omien kanavien ulkopuolelle.

### 3.3 Tutkittujen teatterien julkaisutoiminta

Suomen suurten ja keskisuurten valtionosuusteatterien selvästi yleisin julkaisutyyppi on teatterin omaa toimintaa käsittelevä tekstimuotoinen uutinen tai tiedote. Kaikki suuret ja keskisuuret valtionosuusteatterit (33 teatteria) julkaisevat verkkosivuillaan ainakin jonkinlaisia omaa toimintaansa käsitteleviä uutistekstejä. Lyhimmillään nämä uutisjutut saattavat olla muutaman lauseen mittaisia ajankohtaistiedotuksia, joita julkaistaan muutaman kerran esityskauden aikana, mutta laajemmat julkaisut vastaavat pituudeltaan ja tyyliänsä mediatiedotetta tai sanomalehden uutisjuttua.

Havaintojeni mukaan suomalaisten laitosteatterien tuottamat mediasisällöt ovat uutisia lukuun ottamatta määrältään ja laajuudeltaan keskimäärin vielä sangen vaatimattomia ja tyyleiltään ja formaateiltaan melko vaihtelevia. Omaa toimintaa käsittelevät uutiset ovat monelle teatterille ainoa julkaisutyyppi. Julkaistun sisällön määrä on vahvasti sidoksissa teatterin kokoon. Kävijämäärältään suurimmilla teattereilla on tyypillisesti monentyyppistä julkaisutoimintaa pienempien toimijoiden julkaisutoiminnan jäädessä kes-

kimäärin pienimuotoisemmaksi. Suurtenkin toimijoiden joukosta löytyy kuitenkin muutama poikkeus, joiden viestinnässä journalistisia keinoja hyödyntävä sisältö on pienessä osassa. Esimerkiksi Suomen kansallisen päänäyttämön Kansallisteatterin viestinnässä korostuvat markkinointitekstit journalismin keinojen jäädessä melko vaatimattomaan osaan.

Koosta ja julkaisutyyppistä riippumatta useimmat teatterit julkaisevat mediasisältöjä verkkaisella aikataululla. Useiden teatterien suosimia ratkaisuja ovat esimerkiksi muutamia kertoja vuodessa ilmestyvien ohjelmistoesitteiden yhteydessä julkaistavat artikkelit. Verkossa mediasisältöjä julkaistaan harvoin erityisen säännöllisen tai pitkäjänteisen aikataulun mukaan.

Erään määritelmän mukaan (Mynewsdesk 2014) brändijournalismi voi käsitellä mitä tahansa aihetta, jonka sen kohderyhmä kokee kiinnostavana, ei vain julkaisevan tahon omia toimia. Suomalaiset suuret tai keskisuuret valtionosuusteatterit eivät kuitenkaan juuri julkaise journalistisia keinoja hyödyntäviä mediasisältöjä, jotka eivät liity niiden omaan toimintaan. Julkaistut mediasisällöt käsittelevät valtaosin teatterien omia näytelmiä ja teattereissa työskenteleviä taiteilijoita. Tekemieni haastattelujen ja havaintojeni pohjalta vaikuttaa myös siltä, että monet teatterit eivät itse miellä julkaisutoimintaansa erityisen brändijournalistiseksi, vaikka se täyttäisikin monet brändijournalismin tunnusmerkeistä – pikemminkin julkaisutoimintaa ajatellaan asiakasjulkaisun tekemisenä tai yksinkertaisesti teatterin toiminnasta viestinnän keinoin kertomisena.

Seuraavassa esitellään muutamia yleisimpiä, useiden teatterien hyödyntämiä julkaisutyppejä.

### 3.3.1 Painetut julkaisut

Suurin osa tutkituista teattereista julkaisee painettua, verkossakin saatavilla olevaa, muutamia kertoja vuodessa ilmestyvää kausiesitettä, joka esittelee teatterin ajankohdasta ohjelmistoa. Journalismin keinojen hyödyntäminen on kausiesitteissä melko yleistä. Useissa esitteissä on mukana teatterinjohtajan tai muun teatterin toimintaan liittyvän henkilön kirjoittama pääkirjoitus, vaikka muu sisältö koostuisikin markkinointiteksteistä.

Muutamit kausijulkaisut – huomattavimpina Helsingin Kaupunginteatterin ja Svenska Teaternin julkaisut – ovat pikemminkin asiakaslehtiä kuin esitteitä. Näissä lehdissä

hyödynnetään journalismin keinoja tekijähaastatteluissa ja teoksia taustoittavissa artikkeleissa, ja toisinaan tekstejä kirjoittavat teatterin omien työntekijöiden lisäksi ammattitoimittajat tai ulkopuoliset asiantuntijat. Seuraavat tiedot perustuvat edellä mainituissa teattereissa viestinnän ja markkinoinnin parissa työskentelevien henkilöiden haastatteluihin.

Helsingin Kaupunginteatteri on julkaissut Teatteriin-asiakaslehteä 1990-luvulta alkaen. 40–50-sivuinen, teatterin ohjelmistoa journalististen artikkelien, haastattelujen ja markkinointitekstien kautta esittelevä lehti julkaistaan kolme kertaa vuodessa. Lisäksi ohjelmistosta riippuen vuoden aikana saatetaan julkaista neljäs, kahdeksansivuinen, esitteellinen lehti. Teatteriin-lehden painosmäärä on 240 000–300 000 ja sitä jaetaan muun muassa Helsingin Sanomien mukana, teatterin lipunmyyntipisteissä ja suorapostituksena teatterin asiakkaiden kotiin. Helsingin Kaupunginteatterin markkinointipäällikön Olli Eljaalan mukaan (haastattelu 2.5.2016) lehti on markkinointiosastolle suuri satsaus, mutta sen kautta saavutetaan myös konkreettisimmat hyödyt: lehden julkaisut aiheuttavat lipunmyynnissä vuoden suurimmat myyntipiikit. Lehden sisällössä korostetaan suuren näyttämön ensi-iltoja.

Me ollaan tehty tämä toimituksellisten juttujen kautta, ollaan esitelty näytelmiä muutenkin kuin sillä perinteisellä tuoteselosteella, jossa kerrotaan juoni ja vähän jotain lisää. – – Se on tuntunut toimivan. – – Me ollaan saatu oikein hyvää palautetta tästä ja sen takia olemme pitäytyneet tässä hyväksi havaitussa konseptissa. (Eljaala, haastattelu 2.5.2016)

Svenska Teaternin Första Raden -asiakaslehti on ilmestynyt nykyisessä muodossaan vuodesta 2012. Lehti esittelee Svenska Teaternin ohjelmistoa melko laajojen, usein useiden sivujen mittaisten haastatteluiden ja taustoittavien artikkeleiden kautta. 40–50-sivuinen lehti ilmestyy kaksi kertaa vuodessa ja sen levikki on noin 40 000. Sitä jaetaan muun muassa teatterin lippukassalla ja sanomalehtien Hufvudstadsbladet, Östnyland ja Västra Nyland mukana. Svenska Teaternin markkinointisuunnittelijan Ellen Ödahlin mukaan (haastattelu 9.5.2016) Första Raden on markkinointimateriaalia eikä tätä seikkaa yritetä piilotella, mutta tavoitteena on, että lehti on enemmän kuin pelkkä mainosjulkaisu. Teatterin asiakastutkimuksessa on todettu monien arvostavan sekä lehden sisältöä että sen ulkoasua.

Första Raden on eräs tärkeimmistä markkinointikanavistamme, sillä uskollisimman yleisömmme muodostavat yli 50-vuotiaat naiset, ja samanikäiset lukevat myös mielellään Första Radenia. Lehti julkaistaan myös digitaalisena versiona, mikä laajentaa kohderyhmää entisestään. – – Työskentelemme jatkuvasti eturivin freelance-toimittajien kanssa, jotka ovat sekä osaavia kirjoittajia että perehtyneet joko teatterimaailmaan tai johonkin muuhun teemaan, jonka haluamme nostaa lehdessä esille. (Ödahl, haastattelu 9.5.2016)



Suomen Kansallisooppera julkaisee kolme kertaa vuodessa ilmestyvää kausijulkaisua, jossa esitellään kauden ohjelmistoa osittain journalistisen sisällön kautta. Kansallisooppera on aikaisemmin julkaissut laajempaa Ooppera & Baletti -asiakaslehteä, mutta lehden julkaiseminen lopetettiin syksyllä 2015 ja sisältö siirrettiin tammikuussa 2016 tapahtuneen sivoustouudistuksen myötä Suomen Kansallisoopperan verkkosivustolle (ks. luku 3.3.2).

Eräät teatterit julkaisevat sisältöä osana kaupungin yhteistä kulttuurijulkaisua. Näin toimitaan muun muassa Jyväskylässä ja Vaasassa, joissa teattereilla on omat sivunsa muiden kaupungin kulttuuritoimijoiden rinnalla kaupungin kulttuuritarjontaa esittelevässä asiakaslehdessä.

### 3.3.2 Online-artikkelit ja blogit

Tutkimuksen kohteena olevista tahoista Suomen Kansallisooppera on aktiivisin verkkosisällön julkaisija. Kansallisoopperan verkkosivusto uudistui tammikuussa 2016, ja brändijournalistinen sisältö on uudistuneella sivustolla entistä näkyvässä asemassa: sivustolla on kokonainen brändijournalismille omistettu Kulisseissa-alasivu, jonka kautta pääsee tutustumaan oopperaa ja balettia käsitteleviin mediasisältöihin, ja sisältöjä nostetaan esille myös sivuston muissa osissa. Verkkosisältö on korvannut Kansallisoopperan Ooppera & Baletti -asiakaslehden.

Lehti lopetettiin siitä syystä, että tavoitteet ja sisällöt ovat samankaltaiset [verkkosivun kanssa]. Nyt me ohjaamme Ooppera & Baletti -lehden tilaajia verkkoon. Ollaan tietysti saatu palautetta, että voi, minä olin niin tykännyt siitä lehdestä – mutta täällähän [verkossa] onkin enemmän, liikkuvaa kuvaa ja laajempia artikkeleita. Muutos on ymmärtääkseni otettu aika hyvin vastaan. – – Meillä on analytiikkaa tammi–maaliskuulta. Uusia kävijöitä on selkeästi enemmän kuin aikaisemmin, välitön poistumisprosentti sivuilta on pienentynyt ja sivuilla vietetty aika on kasvanut. Hyvin alustavat kolmen kuukauden tulokset ovat erittäin rohkaisevia. (Rieki, haastattelu 10.5.2016)

Suomen Kansallisoopperan viestintäjohtajan Liisa Riekin mukaan (haastattelu 10.5.2016) verkossa julkaistavalla mediasisällöllä on monenlaisia tavoitteita: sillä pyritään yhtäaikaaisesti ylläpitämään vanhojen asiakkaiden kiinnostusta ja herättämään uusien asiakkaiden mielenkiinto. Lisäksi sisällön avulla pyritään syventämään katsomiskokemusta, avaamaan katsojille uusia puolia teoksista ja madaltamaan kynnystä oopperaan ja balettiin tulemiselle.

Miten tämä sitten on mahdollista, miellyttää vanhoja ja tavoitella uusia [asiakkaita]? Tulimme pitkällisten pohdintojen kautta siihen tulokseen, että kun ikään kuin

avaamme tätä taloa ”behind the scenes”, kulisseista. Sieltä avautuu sisältöjä, jotka kiinnostavat ja puhuttelevat sekä tuotantoja tuntevia että niitä ei vielä tuntevia. – – Taloon liittyy osittain jopa ennakkoluuloja, mutta ehkä enemmän sellaista fiilistä, että en mä osaa tulla kun en mä ymmärrä. [Tavoitteena on] ymmärryksen tai oivalluksen tuottaminen yleisölle, että eihän tämä vaadikaan mitään ihmeellistä kykyä, istua salissa ja nauttia esityksistä. (Rieki, haastattelu 10.5.2016)

Suomen Kansallisoopperan julkaisemissa mediasisällössä esitellään vaihtelevia puolia kuluvan kauden ohjelmistosta ja seurataan jopa muutaman vuoden kuluttua tulevaisuudessa ensi-iltansa saavien teosten syntyä. Riekin mukaan mediasisältöä tuottaessa journalismin eettiset ohjeet pidetään hyvässä muistissa, vaikka brändijournalismi eroaakin selvästi perinteisestä journalismista.

Meillä on entisiä journalisteja töissä, olen itsekkin ollut pitkään journalisti. Eettinen ohjeistus on meille itsestäänselvyys. Me kerrotaan totuudenmukaisia asioita ja halutaan aito ja rehellinen suhde meidän yleisöön – – mutta totta kai me samaan aikaan haluamme innostaa ja motivoida heitä tulemaan tänne ja olemaan meistä kiinnostuneita. (Rieki, haastattelu 10.5.2016)

Keskimäärin tutkittavat teatterit eivät ole kovin aktiivisia verkkosisällön julkaisijoita. Suurin osa laitosteatterien verkossa julkaisemista teksteistä on markkinointihenkisiä teosten kuvauksia sekä edellä mainittuja tiedotteita ja uutisia. Jotkin teatterit julkaisevat kuitenkin verkossa muunkinlaisia journalistisia keinoja hyödyntäviä tekstejä.

Muutamissa teattereissa on hyödynnetty suurten tuotantojen markkinoinnissa yksittäisiä journalistisia juttuja. Tästä esimerkeiksi sopivat muun muassa Tampereen Teatterin *Les Misérables* -musikaaliin liittyvät näyttelijähaastattelut *Realisti usko musiikin taikaan* (Mäkinen 2013) ja *Ujosta rumpalista kasvoi lyömätön laulaja* (Mäkinen 2013) ja Helsingin Kaupunginteatterin *Tohtori Zivago* -musikaalista kertova *Rakkautta poikkeus-tilassa* -artikkeli (Talvitie 2013).

Muutamit teatterit, huomattavimpana Lahden Kaupunginteatteri, hyödyntävät journalistisia keinoja taiteilijakuntansa esittelemisessä. Lahden Kaupunginteatteri on julkaissut näyttelijöistään ja osasta muuta henkilökuntaansa – teatterin johto, dramaturgi, skenografit, valaistus- ja tehostemestarit ym. – laajat, haastatteluihin pohjautuvat esittelyt. Haastatteluiden kautta lukija voi perehtyä esiteltävien henkilöiden koulutukseen, ammatilliseen taustaan ja ajatuksiin ja työtapoihin, joilla he työtään lähestyvät. Näin teatteri päästää yleisön tutustumaan taiteilijoihin.

Toisinaan käsiohjelmissa julkaistuja artikkeleita tai käsiohjelmien digitaalisia versioita julkaistaan verkossa. Seinäjoen kaupunginteatteri julkaisee blogissaan käsiohjelmissa julkaistuja artikkeleita. Helsingin Kaupunginteatteri puolestaan on julkaissut kokonaisia

käsiohjelmia digitaalisina versioina verkkosivuillaan noin kymmenen vuoden ajan. Markkinointipäällikkö Olli Eljaalan (haastattelu 2.5.2016) mukaan digitaalisten käsiohjelmien julkaisusta on teatterille konkreettista hyötyä: teatterin lämpiöstä ostettavien fyysisten käsiohjelmien myynti lähti Helsingin Kaupunginteatterissa nousuun, kun yleisölle annettiin mahdollisuus tutustua ohjelmiin verkossa ennen ostopäätöksen tekoa. Lisäksi ohjelmat toimivat Eljaalan mukaan sisältönä, jolla pyritään sitouttamaan ihmisiä käymään teatterin verkkosivuilla.

Eräillä teattereilla on teatterin verkkosivujen rinnalla yksittäisille tuotannoille omistettuja sivustoja. Sivustoille tyypillistä sisältöä ovat tekijähaastattelut ja esityksiä taustoittavat artikkelit. Viime vuosina omia sivustoja on julkaistu etenkin suurille musikaalituotannoille: Svenska Teatern ylläpiti sivustoja musikaaleille *Kristina från Duvemåla* ja *Mamma Mia!*, Åbo Svenska Teater puolestaan musikaalille *Stormskärs Maja* ja Helsingin Kaupunginteatteri musikaalille *Billy Elliot*. Edellä mainituista teattereista ruotsinkieliset ovat julkaisseet musikaalisivustoillaan journalismin keinoja hyödyntäneitä haastatteluja ja artikkeleita.

Svenska Teaternin markkinointisuunnittelijan Ellen Ödahlin mukaan (haastattelu 9.5.2016) musikaalit ovat teatterille suuri satsaus ja taloudellinen riski, ja niiden omien sivustojen avulla on pyritty takaamaan kaikille ohjelmiston teoksille verkossa paras mahdollinen näkyvyys.

Jotta muut tuotantomme eivät hukkuisi suurten musikaalien markkinointiin, olemme päättäneet perustaa musikaaleille omat sivustot. Suurille musikaaleille myös luodaan enemmän sisältöä. – – Kävijämäärät olivat korkeat sekä *Kristina från Duvemåla* -musikaalin että *MAMMA MIA!* -musikaalin sivustoilla, joten näemme ehdottomasti arvoa siinä, että teoksilla oli omat sivustot. (Ödahl, haastattelu 9.5.2016)

Muutamit teatterit julkaisevat omia blogejaan, joissa perehdytään joko teatterin toimintaan yleisesti tai tietyn tuotannon syntyprosessiin. Useimmissa teatterien blogeissa julkaisuja ei tehdä erityisen aktiivisesti, joten keskimäärin muutamia kertoja kuussa blogiaan päivittävä Seinäjoen kaupunginteatteri erottuu suurten ja keskisuurten valtiinosuusteatterien joukosta aktiivisena bloggaajana.

Seinäjoen kaupunginteatteri julkaisee blogissaan monentyyppisiä ohjelmistoonsa liittyviä artikkeleita, haastatteluja ja mielipidekirjoituksia, joiden kirjoittajina toimivat toisinaan työryhmän jäsenet tai muut teatterin työntekijät, toisinaan ulkopuoliset asiantuntijat. Blogi on teatterin viestinnässä hyvin esillä: sen sisältöihin linkitetään muun muassa teatterin sähköpostiuutiskirjeissä ja näytelmien esittelysivuilla. Seinäjoen kaupunginte-

atterin tiedottajan Anna Valtarin mukaan (haastattelu 4.5.2016) blogin tavoitteena on palvella yleisöä ja tarjota areena teatteritaiteesta käytävälle keskustelulle. Blogissa kiinnitetään Valtarin mukaan huomiota läpinäkyvyyteen: asiakirjoituksilta vaaditaan todenmukaisuutta ja niiden lähteet merkitään esille, mielipidekirjoitusten puolestaan on oltava eettisesti kestäviä ja kirjoittajan omalla nimellä allekirjoitettuja.

Blogipäivitysten aiheet määräytyvät mm. teemana olevan näytelmän mukaan. Pohdimme, mitä näytelmän taustoista ja tekijöistä on hyvä kertoa, mistä katsojat olisivat kiinnostuneita saamaan lisätietoa, mitä mielenkiintoista ja yllättävää tarinaan liittyy. Tilanteesta riippuen ja tarpeen mukaan tilaamme artikkeleita asiantuntijoilta tai muuten aiheeseen liittyviltä henkilöiltä. Keskustelemme yhdessä kirjoituksen aiheista, mutta näkökulmaa emme välttämättä määrittele. – – Suhtaudumme blogiimme avarakatseisesti: tekijä voi kertoa työn alla olevasta produktiostaan hyvin vapaamuotoisestikin. Pyrimme tarjoamaan sisältöä eri asioista kiinnostuneille. (Valtari, haastattelu 4.5.2016)

Laitosteatterit julkaisevat useimmiten mediasisältöä, joka liittyy suoraan niiden omaan toimintaan. Huomattavimman poikkeuksen muodostavat eräiden teatterien julkaisemat blogit, jotka päivityksissään laajentavat näkökulmaansa julkaisijansa oman toiminnan ulkopuolelle. Kansallisoopperan julkaisemassa Ooppera Road Trip -blogissa toimittaja Ville Blåfield tutustuu Opera Platform -palveluun osallistuviin oopperataloihin. Blogi liittyy Kansallisoopperaan siten, että Kansallisooppera on itsekin eräs Opera Platformiin osallistuvista oopperataloista. Kansallisteatterin blogissa vaihtuvat kirjoittajat julkaisevat puheenvuoroja, joita yhdistävät taiteen ja yhteiskunnallisuuden teemat. Osa julkaisuista sivuaa Kansallisteatterin omaa toimintaa, osa ei. Jyväskylän kaupunginteatterin Eturivin Kunkun Blogi puolestaan tarjoaa julkaisevan tahon toimintaa ulkopuolelta tarkastelevan näkemyksen, jossa yleisöäänestyksellä valittu katsoja kertoo sekä teatterin omasta toiminnasta ja ohjelmistosta, teatterissa vierailevista esityksistä että omista kokemuksistaan teatterin katsojana.

### 3.3.3 Videot

Tällä hetkellä teatterien julkaisemat journalistisia keinoja hyödyntävät sisällöt ovat suurimmalta osin tekstimuotoisia. Monet suuret ja keskisuuret valtionosuusteatterit tuottavat myös useantyyppisiä videosisältöjä, kuten näytelmiä esitteleviä trailereita ja kurkistuksia teosten harjoituksiin ja kulissien taakse. Varsinaisia journalistisia keinoja, kuten haastatteluja, hyödyntävät videot ovat kuitenkin harvassa. Yleisin journalistisia keinoja soveltava videotyyppi on ensi-illan aikana kuvattu video, jossa katsojia ja usein myös tekijöitä haastatellaan heidän ajatuksistaan teoksesta. Lisäksi muutamat teatterit julkai-

sevat harvakseltaan tekijähaastatteluja, joissa taiteilijat kertovat ohjelmistossa olevista teoksista omista näkökulmistaan. Livevideossa on otettu satunnaisia ensiaskeleita kullisientakaista elämää kuvaamalla.

Yhdenkään tutkitun teatterin journalistisia keinoja hyödyntävien videoiden tuotanto ei ole huomattavan säännöllistä. Esimerkiksi videojuttusarjoja tai tiettyyn aikatauluun sidottuja lähetyksiä tehdään hyvin harvoin. Suurin osa haastatteluja sisältävistä tai muita journalistisia keinoja hyödyntävistä videoista julkaistaan epäsäännöllisellä aikataululla vaihteleviin aiheisiin liittyen.

### 3.4 Yhteenveto

Suomalaisten suurten ja keskisuurten valtionosuusteatterien tuottamat journalistiset sisällöt ovat vielä alkutaipaleellaan. Useat toimijat ovat tehneet monenlaisia kokeiluja, mutta säännöllinen journalistisia keinoja hyödyntävän mediasisällön julkaiseminen kuuluu vain harvojen teatterien viestintään. Laitosteatterien sisällöntuotannossa suurimmalta haasteelta vaikuttaa juuri toiminnan säännönmukaistaminen. Uskon, että säännölliseen julkaisutahtiin sitoutumalla lukijan voisi sitouttaa seuraamaan julkaisuja tiiviimmin – mutta toisaalta jo omasta kokemuksestani tiedän, että säännöllinen, tavoitteellinen toiminta vaatii suunnitteluunsa ja toteuttamiseensa runsaasti aikaa. Säännöllisen brändijournalistisen julkaisutoiminnan ylläpitäminen ei aina ole rajallisten resurssien puitteissa realistinen mahdollisuus, vaikka se teoriassa koettaisiin hyödylliseksi.

Monet brändijournalismin määritelmät (esim. Scott 2012, Skerik 2014) korostavat tarinankerrontaa. Tärkeäksi brändijournalismia määritteleväksi piirteeksi (esim. Scott 2012, Edwards 2013) nousee myös läpinäkyvyys. Suomalaisten suurten ja keskisuurten valtionosuusteatterien sisällöntuotannossa nämä kaksi piirrettä eivät nouse erityisen näkyviksi. Termin ”tarinankerronta” voisi ajatella sopivan hyvin vaikkapa reportaaseihin tai samaa aihetta monesta eri näkökulmasta tai useita kertoja pitkän ajanjakson varrella käsitteleviin julkaisusarjoihin. Teatterien keskimääräiset julkaisut ovat kuitenkin enemmän toteavia, esitteleviä ja usein yksittäisiä kuin huomattavan tarinallisia. Läpinäkyvyys puolestaan ei korostu sen enempää poissaolonsa kuin erityisen siihen panostamisenkaan vuoksi. Teatterien sisällöt ovat yleissävyltään melko positiivisia ja ilmentävät julkaisijoiden lämmintä suhtautumista omiin teoksiinsa ja taiteilijoihinsa. Teatterien julkaisujen läpinäkyvyyttä tai lukijan käsitystä siitä nakertaa monessa tapauksessa silkka fyysinen sijainti – lukijan on helppo suhtautua epäilyksellä sellaisten jour-

nalistisia keinoja hyödyntävien mediasisältöjen rehellisyyteen, jotka on julkaistu vierieressä markkinointitekstien kanssa joko teatterin asiakaslehdessä tai sen verkkosivuilla.

Turun Kaupunginteatteri on suomalaisella suurten ja keskisuurten valtionosuusteatterien kentällä melko aktiivinen sisällöntuottaja. Teatteri tuottaa monentyyppisiä julkaisuja kohtuullisen aktiivisesti. Verkkosivuilla esimerkiksi julkaistaan uusia uutisjuttuja keskimäärin useita kertoja kuukaudessa.

Turun Kaupunginteatteri 1946–2016 -juttusarja laajentaa teatterin verkkosivuilla turkulaisen teatterin historiasta jo entisestään melko kattavasti kertovaa osuutta. Mikään teatteri ei ole julkaissut aivan Turun Kaupunginteatteri 1946–2016 -juttusarjaa vastaavaa sisältöä. Sarjan läheisin vertailukohta on Åbo Svenska Teaterin vuonna 2014 julkaissama *Det äldsta husets skatter* -videosarja. Åbo Svenska Teaterin 12-osainen sarja juhlistaa teatterin 175-vuotisjuhlaa esittelemällä jokaisessa jaksossa yhden esineen, paikan, henkilön tai asian, joka liittyy teatterin historiaan (Åbo Svenska Teater 2014). Muutamat teatterit, Turun Kaupunginteatteri mukaan lukien, ovat julkaisseet sivuillaan yksittäisiä teatterin historiaa käsitteleviä artikkeleita. Sarja teatterin historiasta kertovia tekstejä on kuitenkin uudenlainen julkaisutyyppi.

Seuraavassa luvussa esitellään tarkemmin juttusarja ja sen syntyprosessi.

## 4 TURUN KAUPUNGINTEATTERI 1946–2016

### 4.1 Juttusarjan tausta

Olen toiminut Turun Kaupunginteatterissa työharjoittelijana viestinnän tehtävissä tammi–huhtikuussa 2015 ja viestintäassistenttina huhtikuusta 2015 alkaen. Työtehtäviini kuuluvat muun muassa sisällön tuottaminen teatterin verkkosivuille ja sosiaaliseen mediaan.

Aloite Turun Kaupunginteatteri 1946–2016 -juttusarjan kirjoittamiseen on lähtöisin minulta itseltäni. Olen erittäin kiinnostunut teatterihistoriasta. Olen aikaisemmin kirjoittanut sekä osana opintojani että harrastusmielessä omaan blogiini teatterihistoriaa käsitteleviä artikkeleita. Minua inspiroi Åbo Svenska Teaterin 175-vuotisjuhlasarja *Det äldsta husets skatter* (Åbo Svenska Teater 2014). Myös Turun Kaupunginteatterin verkkosivuilla ennestään julkaistut artikkelit turkulaisen teatterin historiasta kiehtoivat minua. Ajatus Turun Kaupunginteatteriin liittyvän juttusarjan kirjoittamisesta syntyi näiden kiinnostuksenkohteiden pohjalta.

Esittelin Turun Kaupunginteatterille ajatuksen sarjasta artikkeleita, jossa yhdistyisivät teatterihistoria ja Turun Kaupunginteatterin vuonna 2016 vietettävä 70-vuotisjuhla. Sarja muodostuisi kahdeksasta jutusta, jotka käsittelevät teatterin tähänastisen historian kahdeksaa vuosikymmentä kullakin vuosikymmenellä esitetyn teoksen kautta. Ideani teatterin merkkipäivää juhlistavasta juttusarjasta otettiin työpaikallani mielenkiinnolla vastaan ja sain lähteä kehittämään ajatusta pidemmälle. Esittelin alustavan ehdotelman juttusarjasta jo alkukevästä 2015, mutta tarkemman suunnittelutyön käynnistin syksyn 2015 aikana ja toteutuksen joulukuussa 2015. Juttusarja valmistui toukokuussa 2016.

Turun Kaupunginteatteri 1946–2016 -juttusarja on osa Turun Kaupunginteatterin verkkosivustolla julkaistua teatterin historiaa käsittelevää kokonaisuutta. Sivuston historiakokonaisuuden muodostavat Turun Kaupunginteatterin ja turkulaisen teatterin historiaa käsittelevät artikkelit sekä koko teatterin historian vuodesta 1946 eteenpäin kattava esitysarkisto. Artikkelit ovat olleet luettavissa teatterin verkkosivuilla jo vuosia. Esitysarkisto sen sijaan on oma projektini, jolla osittain pohjustin teatterin 70-vuotisjuttusarjan julkaisua. Arkisto ei kuitenkaan ole osa opinnäytetyötäni vaan erillinen julkaisu, jonka toteutin teatterin viestintäassistentin asemassa työajallani syksyllä 2015.

Marraskuussa 2015 julkaistu esitysarkisto listaa kaikki Turun Kaupunginteatterin omat tuotannot käsikirjoittajineen ja ohjaajineen vuodesta 1946 nykyhetkeen. Arkisto otettiin lämmöllä vastaan sekä teatterin sisällä että sen ulkopuolella. Se sai positiivista huomiota teatterin henkilökunnalta ja sosiaalisen median seuraajilta. Asia nostettiin esille jopa lyhyessä artikkelissa *Turkulainen-lehden* verkkosivuilla (Uitto 2015). Päätös 70-vuotisjuttusarjan toteuttamisesta oli tehty jo ennen esitysarkiston julkaisua, mutta arkiston saama lämmin vastaanotto antoi rohkaisua ja energiaa juttusarjan tekemiseen. Kun jo yksinkertainen listaus teatterin menneistä teoksista aiheutti positiivisen reaktion, tuntui loogiselta olettaa, että turkulaista teatteriyleisöä ja teatterin omaa henkilökuntaa kiinnostaisi myös tarkempi tutustuminen teatterin historian merkkiteoksiin.

#### 4.2 Juttusarjan suunnittelu, tavoitteet ja ammattieettinen pohdinta

Sain juttusarjani suunnitteluun teatterilta hyvin vapaat kädet. Sarja koostuu kahdeksasta artikkelista, joista jokainen esittelee yhden teoksen eri vuosikymmeneltä. Valitsin juttusarjassa käsiteltävät teokset ja artikkelien näkökulmat niihin käytännössä katsoen itsenäisesti ja ehdotukseni myös hyväksyttiin teatterin myynti- ja markkinointiosastolla ja johtoryhmässä sellaisenaan.

Määrittelin juttusarjan tarkoituksen itselleni ja työtovereilleni Turun Kaupunginteatterissa seuraavasti: juttusarja vahvistaa Turun Kaupunginteatterin imagoa teatterinystävien silmissä. Tavoitteena on antaa kuva teatterista, joka on 70-vuotisesta historiastaan ylpeä. Lisäksi sarja antaa Turun Kaupunginteatterille mahdollisuuden kokeilla täysin uudentyyppisen verkkosisällön julkaisemista ja laajentaa brändijournalistista toimintaansa.

Itselleni tärkein sarjaan liittyvä tavoite on, että Turun Kaupunginteatterin menneet vuosikymmenet olisivat verkossa julkaistavan sisällön kautta helpommin lähestyttävissä kuin perinteistä, painettua historiikkaa lukemalla. Tarjoan menneisiin vuosikymmeniin helposti luettavia katsauksia, joissa nostetaan esille erilaisia näkökulmia teatterin tekemiseen. Teatterihistoriaa käsitellään jutuissa melko kevyesti, joskus huumorinkin kautta. Työssäni ja teatteriharrastajana usein kuulemani enakkoluulo on, että teatteri on hienostelevaa, elitististä ja vaikeasti lähestyttävää. Pyrin kirjoittamaan juttusarjani helppolukuihin tyyliin ja osoittamaan, että teatteriin on liittynyt ja liittyy yhä monenlaisia ilmiöitä hienostuneesta arkipäiväiseen, teinifaneista innostuneisiin lapsikatsojiin ja intiimeistä pienten tilojen näyttämöteoksista koko kansan ulkoilmaesityksiin.



Turun Kaupunginteatterin historiaan mahtuu monenlaisia, hyvinkin erityyppisiä teoksia. Siispä juttusarjan tavoitteena on myös antaa kuva teatterin ohjelmiston monimuotoisuudesta. Lisäksi sarja pyrkii nostamaan esille erilaisia ihmisiä ja ammattiryhmiä, joiden panosta tarvitaan teatteriesityksen syntyyn. Teatterin tähtiä eivät ole yksin näyttelijät, vaan esimerkiksi näyttämötekniikalla on myös oma, yhtä lailla tärkeä osansa. Kaikkein merkittävimmässä osassa on katsoja, sillä ilman katsojaa ei ole teatteriesitystä. Siksi nostan juttusarjani eri osissa esille myös yleisön reaktioita ja fanien näkökulmia käsiteltäviin teoksiin.

Valikoin juttusarjan osien aiheiksi teoksia, jotka olivat esityskausiensa aikana menestyneet tai muutoin herättäneet positiivista huomiota, esimerkiksi rikkoneet katsojaennätyksiä tai aiheuttaneet keskustelua teatteriväen ja teatterin ystävien keskuudessa. Kiinnitin lisäksi huomiota siihen, että valitut teokset edustaisivat jotakin teatterissa käsiteltävällä vuosikymmenellä laajemmin vallinnutta ilmiötä – esimerkiksi musikaali *My Fair Lady* toimii esimerkkinä 1960-luvulla suosituista musiikkiteatteriesityksistä.

Suuntaviivat aihevalintoihin sain Terhon, Oinosen ja Ylitalon kaksiosaisesta turkulaisen teatterin historiikista *Teatteria Turussa* (2006 & 2008). Historiikin kirjoittajat ovat tekstissään nostaneet tiettyjä teoksia tärkeämmiksi kuin muut. Heidän näkemyksensä heijastuvat myös omiin aihevalintoihini, sillä poimin käsittelemäni teokset pitkälti historiikin laajasti esittelemien esitysten joukosta. Toisinkin olisin toki voinut valita, sillä historiikkiin eivät tietenkään mahdu kaikki teatterin historian kiinnostavat teokset. Päädyin kuitenkin toistamaan juttusarjassani historiikin kirjoittajien ja myös turkulaisen teatteriyleisön jakamaa näkemystä Turun Kaupunginteatterin historian merkkipaaluista. Esimerkiksi 1970-luvulla esitetty *Seitsemän veljestä* tai vuonna 2005 ensi-iltansa saanut *Elisabeth* ovat turkulaisen teatterin menestysteoksia, joita teatterin ystävät muistelevat yhä ja joiden käsittely on siten sekä teatterihistoriallisesta että teatteriyleisöä palvelevasta näkökulmasta perusteltua.

Juttusarjan viimeinen, 2010-luvulle sijoittuva artikkeli on ainoa, jonka lähteenä en voinut käyttää vuonna 2008 julkaistua *Teatteria Turussa* -historiikkia. Oli kuitenkin helppoa valita aiheeksi *Jekyll & Hyde* -musikaali. Vuonna 2013 ensi-iltansa saanut musikaali oli katsojamäärissä ja katsomon täyttöasteessa mitattuna erittäin suosittu. Katsojat nostavat musikaalin usein esille Turun Kaupunginteatterin sosiaalisen median tileille osoituissa kommentteissaan, joten on selvää, että aihe koetaan yhä kiinnostavaksi. Sosiaalisessa mediassa ovat nousseet esille myös *Seitsemän veljestä*, *Viiru* ja *Pesonen* sekä *Elisabeth*. Yleisön kommentit, joita keräsin tarkoituksellisesti etenkin Turun Kaupungin-

teatterin Instagram-tilin kautta syksyllä 2015, olivat mielessäni kun suunnittelin teatterin 70-vuotisjuttusarjaa. Sarja pyrkii kertomaan Turun Kaupunginteatterin katsojille lisää niistä teoksista, joita he pitävät tärkeinä, ja muistelemaan menneiden vuosien teatterielämyksiä yhdessä heidän kanssaan.

Viestinnän alalla on nostettu esille kysymys siitä, voiko yrityksen tai yhteisön julkaisemaa sisältöä edes kutsua journalismiksi (esim. Edwards 2013, Contently 2014). Juttusarjaani suunnitellessani ja toteuttaessani jouduinkin pohtimaan kysymystä yritysten ja yhteisöjen nimissä julkaistun journalistisen sisällön puolueettomuudesta.

Kerron juttusarjassani tarvittaessa myös käsiteltäviin teoksiin liittyvistä epäkohdista. Pyrin lähestymään aiheitani hyvän journalistisen tavan mukaan objektiivisesti ja ottamaan huomioon sekä niitä koskevat positiiviset että negatiiviset seikat. Keskimääräiseen teatteriesitykseen liittyvät negatiiviset seikat eivät toki ole suuria skandaaleita, mutta jos jokin jutussa käsiteltävä teoksen osa-alue on esimerkiksi jakanut kriitikkojen mielipiteet, viitataan artikkeleissa myös vähemmän mairitteleviin arvosteluihin. Ovathan myös epäonnistumiset ja hankaluudet osa käsiteltävien teosten historiaa, ja mielestäni teatteri antaisi itsestään epärehellisen kuvan, jos se tämäntyyppisissä julkaisuissaan jättäisi huomiotta kaikki vastoinkäymiset.

Viestinnän alan toimijoiden keskuudessa vallitsee yleisesti käsitys siitä, että brändijournalismin tulee olla läpinäkyvää (ks. luku 2). Olen samaa mieltä – yrityksen tai yhteisön julkaisemassa journalistisessa sisällössä ei pidä piilotella käsiteltävän aiheen negatiivisia puolia. Tästä huolimatta juttusarjassani on tietoinen, positiivinen pohjavire, joka on lähtöisin jo artikkeleiden aiheiksi valituista teoksista. Sarjan näkökulmana ovat nimenomaan onnistuneet teokset, eivät flopit tai kyseenalaisen huomion herättäjät. Teoksiin liittyvät negatiiviset seikat saavat teksteissä tietoisesti vähemmän tilaa kuin positiiviset – jos olisin taustatutkimusta tehdessäni saanut selville erityisen huomionarvoisia negatiivisia faktoja jostakin juttusarjan aiheeksi valitsemastani teoksesta, olisin ehkäpä joutunut harkitsemaan artikkelin aiheen vaihtamista kokonaan toiseen esitykseen ongelman kiertämiseksi.

Toki yhtä vahvasti positiivissävyytteisiä teatterijuttuja voisi kirjoittaa myös esimerkiksi paikallislehteen. Kaikki tekstit ottavat käsittelemäänsä aiheeseen jonkinlaisen näkökulman, ja 70 vuotta toimineen teatterin syntymäpäivää ja historiaa olisi varmasti paikallislehdessäkin mahdollista ja jopa perusteltua käsitellä ilman suurta kritiikkiä. Silti teatterin itsensä julkaiseman juttusarjan kohdalla on mielestäni selvää, että vaikka sarja

on kirjoitettu journalistisia keinoja käyttäen ja se täyttää kaikki journalistisen sisällön ulkoiset tunnusmerkit, se ei ole journalismia siinä mielessä kuin journalismi perinteisesti ymmärretään. Teatterin etua ajava näkökulma ohjailee juttusarjan näkökulmia. Kyse on ennen kaikkea imagonrakentamisesta. Arvelen, että tämä on sarjan lukijallekin selvää. Sarja on julkaistu teatterin omalla verkkosivustolla, joten lukijan on uskoakseni luonnollista olettaa, että tekstit kertovat Turun Kaupunginteatterista nimenomaan Turun Kaupunginteatterin omasta näkökulmasta.

#### 4.3 Juttusarjan toteutus

Turun Kaupunginteatteri 1946–2016 -juttusarja koostuu kahdeksasta noin 5000–6000 merkin mittaisesta osasta (liitteet 1–8), jotka on julkaistu teatterin teatteri.turku.fi-verkkosivustolla osana teatterin esitysarkistoa. Jokaiseen juttusarjan osaan liittyy artikkelin lisäksi esityskuvista ja muista arkistokuvista muodostuva kuvitus, faktalaatikko käsiteltävästä teoksesta ja lyhyt artikkelin aihepiiriin liittyvä kainalojuttu. Artikkelisivuilla on mahdollisuuksien mukaan hyödynnetty myös esityksiin liittyviä audio- ja videosisältöjä. Teoksen iästä tai tekijänoikeusseikoista johtuen useimmista esiteltävistä teoksista ei kuitenkaan ole käyttökelpoista tallennetta, joten viisi sarjan kahdeksasta osasta on kuvitettu vain valokuvin.

Kevään 2016 aikana juttusarjasta on julkaistu neljä ensimmäistä artikkelia (liitteet 1–4). Loput neljä (liitteet 5–8) julkaistaan syksyllä 2016. Aikataulun tarkoituksena on jakaa sarjan kahdeksan osaa tasaisesti 70-vuotisjuhlavuoden varrelle. Aikataulutuksessa on otettu huomioon se, ettei juttusarja taistele huomiosta muiden Turun Kaupunginteatteriin liittyvien uutisten, kuten ensi-iltojen ja tulevien näytelmien julkaisutilaisuuksien kanssa. Pyrkimyksenä on tarjota teatterin verkkosivuja tai sosiaalista mediaa seuraaville ihmisille uutta materiaalia nimenomaan sellaisina päivinä, jolloin teatterissa on muiden julkaisujen ja tapahtumien suhteen hiljaista.

Korvaamaton apu, lähde ja lähtökohta koko juttusarjan suunnittelulle oli Terhon, Oinosen ja Ylitalon kaksiosainen historiikki *Teatteria Turussa* (2006 & 2008). Kaikkien osien kannalta hyödyllisiä lähteitä olivat myös Turun Kaupunginteatterin omasta arkistosta lainatut käsiohjelmat ja käsikirjoitukset sekä käsiteltäviä teoksia taustoittavat koti- ja ulkomaiset verkkosivut.

Pyrin kaikissa juttusarjan osissa napakkaan kielenkäyttöön ja helposti lähestyttävään, hauskaankin otteeseen. Tavoitteeni on, että sarjan osat ovat luettavissa kevyesti ja melko nopeasti, oli käsittelyssä sitten Shakespearen klassikko tai lastennäytelmä.

Juttusarjan eri osat syntyivät erilaisten prosessien tuloksina. Sarjan ensimmäiset kolme osaa (liitteet 1–3), jotka sijoittuvat vuosille 1946–1963, on kirjoitettu pelkkien arkistolähteiden pohjalta. Päädyin tähän ratkaisuun, sillä nämä teokset suunnitelleet, esittäneet ja henkilökohtaisesti kokeneet henkilöt ovat joko hyvin iäkkäitä tai jo edesmenneitä.

Erittäin hyödyllisiksi lähteiksi juttusarjan osille 1–3 osoittautuivat Turun kaupunginarkistossa säilytettävät Turun Kaupunginteatterin leikekirjat. Leikekirjoihin on tallennettu runsas määrä Turun Kaupunginteatteria käsitelleitä lehtijuttuja, käsiohjelmia ja kuvia. Erittäin huolellisesti kootut leikekirjat sisältävät suuren määrän eri lehdistä poimittuja artikkeleita, jotka tarjoavat vaihtelevia näkökulmia artikkeleissa esiteltäviin teoksiin – tallennettiinhan leikekirjoihin sekä kiittävät arvostelut että haukut.

Turun Kaupunginteatterin leikekirjoissa on havaittavissa teatterijournalismin sävyn muuttuminen vuosien saatossa. Vanhimmat kirjat sisältävät muun muassa seikkaperäisiä ensi-iltareportaaseja ja pitkiä arvosteluja, joissa käydään läpi näyttämöteoksen joka ainoa osa-alue. Nykypäivää lähestyttäessä kritiikkien tyyli tiivistyy ja kielikin toki muuttuu nykyaikaisemmaksi. Juttusarjan alkupään artikkeleissa pyrin lainauksien ja sanavalintojen kautta välittämään lukijalle pieniä maistiaisias vuosikymmenten takaisesta tavasta käsitellä teatteria lehdissä. Sarjan viimeisessä artikkelissa puolestaan on luonnollista nostaa esille teatteribloggarin kritiikki käsiteltävästä teoksesta.

Sarjan osat 4–8 syntyivät sekä edellä esitelyjen kirjallisten lähteiden, internetissä julkaistujen kirjallisten lähteiden että haastattelulähteiden avulla. Haastattelin sarjaa varken sekä Turun Kaupunginteatterin henkilökunnan nykyisiä ja entisiä jäseniä että katsojia. Valitsin haastateltavat vasta kunkin osan aiheita pitkään harkittuani ja pyrin siihen, että kukin haastateltava tukisi valittua näkökulmaa parhaalla mahdollisella tavalla. Ehkäpä suurinta huolta tuottikin eräs tilanne, jossa suunnittelemaani näkökulmaan sopivaa haastateltavaa ei alkuun ollut löytyä. Lopulta sain jutun valmiiksi tekemällä näkökulmaan pieniä muutoksia ja kahta korvaavaa haastateltavaa käyttämällä.

Kaiken kaikkiaan juttusarja vaati huolellista perehtymistä aihepiiriin, tarkkaa etukäteissuunnittelua ja pitkäjänteistä työtä. Itse kirjoitusprosessi eteni kohtuullisen nopeasti, mutta taustatutkimuksessa ja näkökulman löytämisessä saattoi muutamissa tapauksissa kestää pitkään. Taustatutkimuksen valmistuttua edessä oli usein positiivisempi on-

gelma – monesti oli vaikeaa tiivistää kaikki käsiteltävän teoksen kiinnostavat puolet sovittuun merkkimäärään.

#### 4.4 Juttusarjan onnistuminen

Omasta mielestäni juttusarja toteuttaa sisällöllisesti hyvin sitä tavoitetta, joka sille projektin alussa annettiin: se tuo esille Turun Kaupunginteatterin historian huippukohtia kohtuullisen tiiviinä, monipuolisina ja helposti lähestyttävänä lukupaketteina. Kohennettavaa näen erityisesti siinä, että olisin voinut nostaa muitakin teatterialan ammattilaisia kuin näyttelijöitä vielä voimakkaammin esille. Sarjan viimeisessä osassa (liite 8) esitellen muutamia usein pimentoon jääviä teatterintekijöitä, mutta heitä olisi varmasti voinut käsitellä laajemmin muissakin osissa. Viimeinen osa eri alojen ammattilaisineen osoittautui nimittäin itselleni ehdottomasti kiinnostavimmaksi kirjoitettavaksi. Uskon, että heidän työnkuvansa ovat tuntemattomia useimmille teatterin katsojille, joten juttu lienee myös kiinnostavaa luettavaa.

Juttusarja on Turun Kaupunginteatterille uudenlaista sisältöä. Vastaavia artikkeleita ei aikaisemmin ole julkaistu teatterin verkkosivuilla. Se antaa siis Turun Kaupunginteatterille tilaisuuden havainnoida, miten yleisö ottaa uudenlaisen sisällön vastaan. Sarjan osat 1–4 julkaistiin perjantai- ja lauantai-iltoina 15.1.2016, 26.2.2016, 1.4.2016 ja 6.5.2016. Juttusarjan osat nostettiin esille eri alustoilla. Niitä mainostettiin teatterin Facebook-, Twitter- ja Instagram-tileillä, teatterin verkkosivuston etusivulle lisättiin niitä esittelevät nostot ja esitysarkistoon lisättiin linkit juttusarjan osiin. Lisäksi jokaisen juttusarjan osan sivupalkissa on linkit sitä edeltävään ja sitä seuraavaan artikkeliin.

Juttusarjan osien lukijamääriä on mahdotonta saada tarkasti selville. Turun kaupunki mittaa kaikille verkkosivustoilleen saapuvaa liikennettä Piwik-palvelun kautta. Piwik-seurannan tarkkuutta hämärtää kuitenkin kaksi teknistä seikkaa: tunnistetulle kävijälle lasketaan seurannassa vain yksi saapumissivu, vaikka hän vierailisi sivustolla useita kertoja lyhyen ajanjakson sisällä, ja suojattujen yhteyksien kautta sivustolle saapuneet kävijät, kuten muun muassa Facebookista saapuvat käyttäjät, eivät näy seurannassa ollenkaan (Jäntti, haastattelu 30.3.2016). Niinpä Piikin kautta saatavista lukijamääristä ei ole juttusarjan onnistumisen mittaamisessa kuin summittaista hyötyä.

Sosiaalisen median palveluiden keräämistä tilastotiedoista voi tehdä suuntaa-antavia päätelmiä siitä, miten yleisö otti juttusarjan vastaan sen julkaisuhetkellä. Sarjan en-

simmäistä osaa Facebookissa mainostava viesti keräsi ensimmäisen kuukauden aikana julkaisustaan 3402 näyttökertaa, 84 tykkäystä ja 54 linkin klikkausta. 54 henkeä päätyi siis lukemaan jutun tai ainakin tutustumaan siihen Facebookin kautta. Twitterissä vastaava luku on 11 henkeä. Instagram ei tilastoi profiililinkkien klikkauksia, joten sitä kautta saatua näkyvyyttä on mahdotonta mitata. Seuraavat osat tavoittivat sosiaalisen median kautta huomiota vaihtelevasti: Facebookissa linkkiä klikattiin osaa 2 mainostavassa viestissä 23 kertaa, osaa 3 mainostavassa viestissä 70 kertaa ja osaa 4 mainostavassa viestissä 87 kertaa. Kaikki viestit tavoittivat muutamia tuhansia Facebook-käyttäjää. Twitterissä kaikki osat saivat muutamia tykkäyksiä, uudelleentviittauksia ja linkin klikkauksia. Teatterin sosiaalisen median tilien kautta juttusarjan pariin houkuttelujen lukijoiden joukko on näiden lukujen valossa melko vaatimaton, muttei suinkaan olematon. Teatterin muihin sosiaalisen median päivityksiin vertailtuna juttusarjaa mainostavat päivitykset tavoittivat hieman keskimääräistä suuremman määrän ihmisiä. Sosiaalisen median perusteella suurinta mielenkiintoa herätti ennakko-odotusteni mukaisesti Seitsemää veljestä käsittelevä teksti. Seitsemän veljestä on Turun Kaupunginteatterin kaikkien aikojen katsotuin teos, ja se on myös televisioitu ja julkaistu dvd:llä, joten monella teatterinystävällä on siitä henkilökohtaisia muistoja ja siten myös kiinnostusta perehtyä aiheeseen syvemmin.

Teatterin kannalta myönteistä on, että jutut innostivat muutamat teatterin seuraajista muistelevaan sosiaalisen median kanavissa omia vuosikymmenten takaisia teatterielämyksiään ja täten toimivat keskustelunavaajana teatterin ja katsojan välillä. Toivottavaa ja oletettavaa on, että syksyllä jutut herättävät entistä enemmän keskustelua. Tällöin aiheena on neljä tuoreempaa teosta, joten voidaan olettaa, että entistä useammilla juttujen lukijoista on omakohtaisia muistoja kerrottavaksi.

Turun Kaupunginteatteri 1946–2016-sarjan neljä ensimmäistä osaa otettiin vastaan kaiken kaikkiaan positiivisesti. Ne ovat tähän mennessä saaneet osakseen mielestäni melko hyvän määrän lukijoita ja mielenkiintoa. Sarjan lopullista onnistumista ei kuitenkaan ole mahdollista arvioida vielä keväällä 2016, sillä sarjan viimeiset neljä julkaisupäivää sijoittuvat vuoden 2016 elo–joulukuulle. Kun koko sarja on julkaistu, voidaan muun muassa tekstin aiheeksi valitun teoksen vaikutusta jutun kiinnostavuuteen ja sarjan sitouttavuuden kehittymistä osasta toiseen tarkastella paremmin kuin nyt. Kevään 2016 julkaisujen pohjalta ehdottaisin, että teatteri voisi syksyllä yrittää mainostaa juttusarjan osia esitteleviä Facebook-julkaisuja pienellä summalla. Markkinoinnin avulla voitaisiin varmistaa, että entistä useampi Turun Kaupunginteatterista kiinnostunut kat-

soja saisi tietää juttusarjan olevan olemassa ja siten innostuisi ehkä perehtymään myös sarjan edellisiin tai seuraaviin osiin.

Juttusarjan osat jäävät pysyväksi osaksi Turun Kaupunginteatterin verkkosivuston esityskirjasto oletettavasti ainakin sivupohjan seuraavaan päivitykseen asti eli todennäköisesti useiksi vuosiksi. Tutkimuksen mukaan (IZEA & Halverson Group 2015) blogipäivitys voi kerätä katseluita jopa 700 päivän ajan julkaisustaan. Vaikka netissä julkaistu brändijournalistinen juttusarja ei formaattina täysin vastaakaan blogikirjoitusta, on se blogipäivityksen tavoin mahdollista löytää sivustoa selailemalla tai hakukonetta käyttämällä vielä pitkään julkaisunsa jälkeen. Niinpä voidaan olettaa, että juttusarjan osia luetaan harvakseltaan vielä kuukausien ja ehkäpä jopa vuosien kuluttua niiden julkaisusta. Historia ei vanhene, joten teatterin sivuja selaava kävijä voi jäädä juttusarjan pariin yhtä lailla tänään kuin viiden vuoden päästäkin. Niinpä kyseessä ei ole vain teatterin 70-vuotisjuhlaa kertaluontoisesti juhlistava tempaus vaan pysyvä lisäys, josta saattaa olla iloa teatterihistoriasta kiinnostuneille katsojille vielä pitkään. Lisäksi sarja pohjustaa Turun Kaupunginteatterin mahdollisia tulevia brändijournalistisia julkaisuja. Sen avulla teatteri on profiloitunut ja profiloituu edelleen entistä vahvemmin sisällöntuottajaksi, jonka tulevaisuudessa julkaisemat sisällöt alkavat hiljalleen näyttää katsojan näkökulmasta kokeilujen sijasta olemassa olevan jatkumon osilta.

## 5 TEATTERIT, BRÄNDIJOURNALISMI JA TULEVAISUUS

Suomalaisten laitosteatterien tuottamalla brändijournalismilla on vielä kehittymisen ja kasvamisen varaa, sillä nykyisellään se on usein epäsäännöllistä ja erilaisia toimintatapoja kokeilevaa. Olen sitä mieltä, että teatterien – ja miksei muidenkin suomalaisten kulttuurialan toimijoiden – kannattaa testata ja kehittää brändijournalismia edelleen.

Uskon, että huolellisesti suunniteltu, pitkäjänteisesti, säännöllisesti ja yleisö huomioon ottaen toteutettu brändijournalismi voi toimia työkaluna, joka tuo teatterin toiminnan lähemmäksi katsojia ja kasvattaa heidän mielenkiintoaan sitä kohtaan. Teatterin viestinnän ja markkinoinnin tehtävä on esitellä ja myydä kokemuksia ja elämyksiä, joiden sopivuutta itselleen lipunostoa harkitsevan kuluttajan on vaikea testata etukäteen. Journalistisia keinoja hyödyntävät mediasisällöt voivat tuoda teoksia ja niiden tekijöitä lähemmäksi yleisöä ja siten auttaa kuluttajaa päättämään, onko teatterin ohjelmistossa tarjolla sellaisia kokemuksia, joissa hän haluaa olla osallisena. Lisäksi julkaisut voivat sitouttaa katsojaa teatterin toimintaan ja innostaa häntä tutustumaan tarkemmin sen ohjelmistoon. Julkisen rahoituksen piiriin kuuluvan kulttuurilaitoksen julkaisemalla brändijournalismilla on mahdollisesti myös yleishyödyllinen ulottuvuus. Parhaimmillaan se voi antaa näkökulmia teoksiin niillekin, jotka eivät syystä tai toisesta halua tai voi ostaa lippuja esityksiin – ja olla samalla jo itsessään luku- tai katseluelämys. Ehkäpä onnistunut journalistisia keinoja hyödyntävä sisältö voisi jopa houkutella uusia katsojia, esimerkiksi nuoria, tutustumaan teatterin toimintaan.

Kävijää ei kuitenkaan saada hetkessä koukkuun mediasisältöihin. Brändijournalismi on yhä suhteellisen uusi ilmiö ja suomalaisten laitosteattereiden näkyvyydellä on vielä paljon tilaa laajentua esimerkiksi sosiaalisessa mediassa. Mielestäni ei voida olettaa, että kaikki teatterien sisällöistä mahdollisesti kiinnostuneet lukijat olisivat vielä edes löytäneet tiensä teatterien tekemien julkaisujen luokse. Mediasisältöjen todellista kiinnostavuutta ei voida päätellä siitä, miten hyvin yksittäinen julkaisu menestyy. Omien kokemuksieni ja juttusarjani pohjalta arvelen, että säännöllisesti kiinnostavaa sisältöä julkaisemalla teatteri voi pikku hiljaa totuttaa katsojansa siihen, että se tarjoaa heille brändijournalismia ja sitä kautta uusia näkemyksiä ohjelmiston teoksiin ja teatterin toimintaan. Uskon, että tarpeeksi sitkeän totuttamisen tuloksena katsoja saattaa suoras-



taan alkaa odottaa teatterilta mediasisältöjä ja samalla sitoutuu voimakkaammin mukaan sen toimintaan.

Julkaisemalla itse mediasisältöjä teatteri houkuttelee kävijöitä omiin kanaviinsa sen sijaan, että he etsisivät teatteria koskevan tiedon ensisijaisesti esimerkiksi paikallismedian tai blogien kautta. Jos ja kun perinteisen median kulttuuritoimitukset pienenevät entisestään, voi teatteri omissa julkaisuissaan tarttua aiheisiin, jotka saattavat muissa julkaisuissa entistä useammin jäädä huomiotta. Teatterissa työskentelevällä brändijournalistilla on näköalapaikka laitosteatterin arkeen ja hänen on sitä kautta mahdollista tarjota jutuissaan lukijalle näkökulmia, joita ulkopuoliset toimijat pääsevät käsittelemään vain harvoin. Lisäksi teatteri on ala, jossa toimijoilla on monenlaisia mahdollisuuksia esitellä itse toimintaansa journalististen keinojen kautta ilman, että brändijournalismin etiikka muodostuu ongelmaksi. Esimerkiksi teosten sisältö, tausta, tulkinta ja työvaiheet ovat lähtökohtaisesti neutraaleja aihepiirejä, joita teatterit voivat tarkastella journalistisia keinoja hyödyntäen avoimesti siten, että lukijoiden ei tarvitse olla huolissaan liian väheisestä läpinäkyvyydestä tai rehellisyyden puutteesta.

Selvää on kuitenkin, että taiteellisesta sisällöstä ja talossa työskentelevistä eri alojen ammattilaisista journalismin keinoin kertomisesta on vielä pitkä matka eräiden määritelmien (esim. Edwards 2013) idealistisiin kuvauksiin brändijournalismista, jossa sisältöä julkaiseva taho tuo oma-aloitteisesti päivänvaloon oman toimintansa huonot ja ristiriitaiset puolet. Mutta ehkäpä laitosteatterit voisivat tulevaisuudessa osallistua brändijournalismin keinoin entistä voimakkaammin esimerkiksi keskusteluun teatterialan valtionrahoituksesta tai teatterien yleisöpohjasta.

Suomalaiset teatterit ovat ottaneet askeleita kohti brändijournalismia jo pitkään, ja journalististen keinojen soveltaminen viestintään ja markkinointiin on jo monella taholla havaittu hyödylliseksi toimintatavaksi. Brändijournalismia on mahdollista hyödyntää monin tavoin ja sen tekemisestä voi jatkossa kehittää entistä tietoisempaa ja tavoitteellisempaa. Uskonkin, että tulevaisuudessa brändijournalismi on entistä tärkeämpi osa entistä useamman suomalaisen laitosteatterin viestintää ja markkinointia.

## LÄHTEET

### Kirjallisuus

Bull, A. 2013. Brand Journalism. Oxon: Routledge.

Cole, J. & Greer, J. 2013. Audience Response to Brand Journalism. Journalism & Mass Communication Quarterly 4/2013, 673–690.

Edwards, H. 2013. Brands, journalists and the truth about 'brand journalism'. Marketing 15/2013, 34.

IZEA & Halverson Group 2015. IZEA Study Uncovers a Blog Post's Lifetime Value. Viitattu 21.4.2016 <http://corp.izea.com/2015/08/13/izea-study-uncovers-a-blog-posts-lifetime-value/>

Julkisen sanan neuvosto 2011. Journalistin ohjeet. Viitattu 21.4.2016 [http://www.jsn.fi/journalistin\\_ohjeet/](http://www.jsn.fi/journalistin_ohjeet/)

Mynewsdesk 2014. Brändijournalismi – Voiko yritys olla media? Viitattu 21.4.2016 [http://www.mynewsdesk.com/fi/mynewsdesk/blog\\_posts/braendijournalismi-voiko-yritys-olla-media-25184](http://www.mynewsdesk.com/fi/mynewsdesk/blog_posts/braendijournalismi-voiko-yritys-olla-media-25184)

Mäkinen, E. 2013. Realisti uskoo musiikin taikaan. Viitattu 2.5.2016. <http://www.tampereenteatteri.fi/fi/etusivu/ajankohtaista/?nid=336>

Mäkinen, E. 2013. Ujosta rumpalista kasvoi lyömätön laulaja. Viitattu 2.5.2016. <http://www.tampereenteatteri.fi/fi/etusivu/ajankohtaista/?nid=346>

Oneto, C. 2014. Brand Journalism: Where PR & Content Collide. Meltwater. Viitattu 21.4.2016 <http://www.meltwater.com/blog/brand-journalism-pr-content-collide/>

Petulla, S. 2014. Why You Need to Stop Using the Term 'Brand Journalism'. Contently. Viitattu 21.4.2016 <https://contently.com/strategist/2014/10/13/why-you-need-to-stop-using-the-term-brand-journalism/>

Scott, T. 2012. What is Brand Journalism?. Brand Journalists. Viitattu 21.4.2016 <http://brandjournalists.com/what-is-brand-journalism/>

Skerik, S. 2014. Content Marketing vs. Brand Journalism: the Outcomes Define Differences. Viitattu 21.4.2016 <http://sarahskerik.me/2014/11/24/content-marketing-vs-brand-journalism-the-outcomes-define-differences/>

Talvitie, L. 2013. Rakkautta poikkeustilassa. Viitattu 2.5.2016. <http://www.hkt.fi/ohjelmisto/play.php?name=toht&more=1#full>

Teatterin tiedotuskeskus 2015. Teatteritilastot 2014. Viitattu 21.4.2016 [www.tinfo.fi/documents/teatteritilastot2014\\_verkko.pdf](http://www.tinfo.fi/documents/teatteritilastot2014_verkko.pdf)

Terhio, H.; Oinonen, P. & Ylitalo, J. 2006. Teatteria Turussa 1940-luvulta 1970-luvulle. Turku: k&h.

Terhio, H.; Oinonen, P. & Ylitalo, J. 2008. Teatteria Turussa 1970-luvulta 2000-luvulle. Turku: k&h.

Tilastokeskus 2016. Suomen virallinen tilasto (SVT): Kulttuuri. Viitattu 21.4.2016 <http://tilastokeskus.fi/til/kl/kas.html>

Uitto, T. 2015. Turun kaupunginteatteri julkaisi kaikki menneet ensi-iltansa. Turkulainen. Viitattu 21.4.2016 <http://www.turkulainen.fi/artikkeli/335552-turun-kaupunginteatteri-julkaisi-kaikki-menneet-ensi-iltansa>

Åbo Svenska Teater 2014. Det äldsta husets skatter. Viitattu 21.4.2016 [http://ast.webbhuset.fi/sv/om\\_ast/det\\_aldsta\\_husets\\_skatter/](http://ast.webbhuset.fi/sv/om_ast/det_aldsta_husets_skatter/)

### **Aineisto**

Eljaala, O. Markkinointipäällikkö. Helsingin Kaupunginteatteri. Haastattelu 2.5.2016.

Jäntti, K. It-suunnittelija, Turun kaupunki. Haastattelu 30.3.2016.

Koponen, M. Myynti- ja markkinointipäällikkö. Turun Kaupunginteatteri Oy. Haastattelu 12.4.2016.

Rieki, L. Viestintäjohtaja. Suomen Kansallisooppera. Haastattelu 10.5.2016.

Valtari, A. Tiedottaja. Seinäjoen kaupunginteatteri. Haastattelu 4.5.2016.

Ödahl, E. Markkinointisuunnittelija. Svenska Teatern. Haastattelu 9.5.2016.

## Myrsky – juhlallinen matka satujen saarelle

*Turun Kaupunginteatteri perustettiin vuonna 1946. Suomen ensimmäisenä täyskunnallisena teatterina aloittanut ja vuodesta 2014 osakeyhtiönä toiminut teatteri täyttää vuonna 2016 70 vuotta. Turun Kaupunginteatterin historiaan pureutuvan juttusarjan ensimmäisessä osassa tutustutaan teatterin ensimmäiseen ensi-iltaan.*

Turussa vaikutti 1940-luvun alussa kaksi suomenkielistä ammattiteatteria, Turun Teatteri ja Turun Työvään Teatteri.

Molemmat teatterit olivat aloittaneet toimintansa itsenäistymisen tienoilla. 1940-luvultaessa talousvaikeudet olivat ehtineet tulla kummallekin tutuiksi, ja toisinaan ratkaisuna pohdittiin teatterien yhdistämistä. Porvarillisen ja työvään aatetta edustavan teatterin ideologiset erot hankaloittivat kuitenkin keskustelua.

Lopulta päätöksentekoa siivitti onnettomuus. Kun Turun Työvään Teatterin esitystila Birgerinkadun Maalaistentalossa tuhoutui tulipalossa jouluna 1945, kaupunginjohtaja **Eero Mantere** käynnisti neuvottelut Turun Työvään Teatterin ja Turun Teatterin yhdistämiseksi.

Jo tammikuussa 1946 Turun kaupunginvaltuusto päätti Suomen ensimmäisen täyskunnallisen teatterin perustamisesta. Helsinkiläinen **Jorma Nortimo** nimitettiin uuden teatterin johtajaksi, ja yhdistyneiden teatterien näyttämöksi valittiin Turun Teatterin kotinäyttämö Lounais-Suomen Maalaistentalossa.

Turun Kaupunginteatterin avajaisia juhlittiin perjantaina 13. syyskuuta 1946. Avajaisnäytelmänään uusi teatteri esitti **William Shakespearen Myrskyn**.

### Satunäytelmä taikasaarelta

Myrskyn uskotaan yleisesti olevan viimeinen Shakespearen kirjoittamista näytelmistä. Se on sadunomainen kertomus Milanon syrjäytetystä herttuasta Prosperosta. Valananastajaveli karkottaa Prosperon ja tämän tyttären Mirandan autiolle saarelle. Prospero hallitsee saaren henkiolentoja taikavoimillaan.

Saaren rauha häiriintyy, kun sinne haaksirikkoutuu myrskyssä laivalastillinen italialaisia ylimyksiä. Tarinassa juonitellaan, rakastutaan ja annetaan lopulta menneet vääryydet anteeksi. Prospero saa tittelinsä takaisin ja palaa Milanoon. Saari jää luonnonhenkien haltuun.

Teatterinjohtaja Jorma Nortimo kuvaili Myrskyä ohjelmistosuunnitelmassaan runolliseksi, ”ihmeellistä kauneutta säteileväksi satunäytelmäksi”.

Myrskyä oli ennen Turun Kaupunginteatterin avajaisia esitetty Suomen Kansallisteatterissa, mutta turkulaiselle teatterikansalle näytelmä oli uusi tuttavuus.

### **Esirippu aukeaa**

Suomen ensimmäinen täyskunnallinen teatteri avattiin asiaankuuluvan juhlallisin meinoin. Teatterisali oli koristeltu juhlatunnelmaan siniristilipuilla, syksyn väreissä hehkuvilla kukilla ja laakeripuilla.

Turun kaupunginorkesteri käynnisti avajaiset **Jean Sibeliuksen** *Finlandian* sävelin. Seuraavaksi kaupunginjohtaja Eero Mantere piti ”sydämelliseksi ja henkeväksi” kuvailun puheen. Puheen päätyttyä alkoi Myrsky konginkumautuksen saattelmana.

Näytelmää säesti Sibeliuksen alun perin Tanskan kuninkaalliselle teatterille säveltämä, kaupunginorkesterin esittämä näyttämömusiikki. Musiikin lisäksi fantasiamaailmaan johdatteli lavastus. Lavastaja **Leo Lehdon** suunnittelema saari lumosi katsojat ja arvostelijat.

”Saaren eri maisemat olivat väreiltään erikoisen hillittyjä ja hienostuneita, koristeelliset yksityiskohdat taitavasti valikoituja, valaistukselliset keinot erinomaisen tehoavia – lavastajan ensiesiintyminen Turussa onnistui siis mainion hyvin”, Teatteri-lehden **Verner Vesterdahl** kehui arviossaan.

Kiitosta keräsivät myös roolityöt. Likipitään jokainen esiintyjä sai osansa kriitikkojen suitsutuksesta, mutta esille nousi etenkin **Taito Mäkelän** rujo inhimillinen Caliban. Myös **Eino Raidan** yhtä aikaa herkkää ja voimakasta Prosperoa ja **Hemmo Airam**on rehevää Stephano-juoppolallia kehuttiin useissa arvioissa.

### **Suosionosoitusten myrsky**

Arvovaltainen yleisö – mukana olivat muun muassa maaherra, kaupunginvaltuusto ja joukko teatterien ja lehdistön edustajia ympäri Suomea – osoitti esityksen päätyttyä innokkaasti suosiotaan etenkin ohjaaja Nortimolle. Uuden teatterin johtaja hukutettiin loppukumarruksissa kukkasiin.

Kumarrusten jälkeen vuorossa oli pitkä sarja onnitteluja. Puheenvuoroja pitivät muun muassa Turun ystävyyskaupungin Göteborgin teatterien, näyttelijöiden ja näytelmäkir-

jailijoiden liittojen sekä Yleisradion edustajat. Puheiden jälkeen juhlakansa siirtyi läheiseen ravintola Itämereen syömään ja tanssimaan. Illallisten ohjelmassa oli muun muassa laulua, lausuntaa ja haitarimusiikkia.

”Ilta oli todella arvokas ja taiteellisen hyvä. Ohjelmavalinta oli ollut onnellinen”, Turun Sanomien ensi-iltareportaasi tiivisti. Useat muut lehdet yhtyivät kehuihin. Avajaisjuhlaa kuvailtiin muun muassa juhlavaksi, kohottavaksi ja lämmintunnelmaiseksi.

Turun Kaupunginteatteri on myöhemminkin luottanut Shakespearen juhlanäytelmänä. Teatterin oma talo avattiin vuonna 1962 Shakespearen *Kesäyön unelmalla*.

## Myrsky

Suomen kantaesitys Kansallisteatterissa vuonna 1902. Ensi-ilta Turun Kaupunginteatterissa Lounais-Suomen Maalaistentalossa 13.9.1946.

Kirjailija William Shakespeare, suomennos Paavo Cajander, näyttämömusiikki Jean Sibelius, ohjaaja Jorma Nortimo, lavastus Leo Lehto, tanssit järjestänyt Telma Tuulos, musiikin johto Almos Maattola

Rooleissa: Hemmo Airamo, Urho Harkola, Helge Herala, Kerttu Hämeranta, Matti Lahinen, Toivo Lehto, Leevi Lindström, Inke Maattola, Aili Montonen, Taito Mäkelä, Eino Raita, Valli Raita, Paavo Tuominen, Alpo Viika, Kaarle Vitja, Jussi Valtakoski, Valtteri Virmajoki

## Myrsky Turussa

Vuonna 1994 Myrsky teki pienen paluun Turun Kaupunginteatteriin. **Lasse Hjelt** ohjasi näytelmästä lapsille sovitettun, osittain nukketeatterin keinoin kerrotun version.

Myrsky on nähty Turussa myös TEHDAS Teatterin ohjelmistossa vuonna 2013 – jälleen nukketeatterisovituksena.

## Jokamies – mysteerinäytelmä Turun sydämessä

*Turun Kaupunginteatteri joutui 1950-luvulla muuttamaan ja sai tilaisuuden testata uudenlaisia esiintymistiloja. Turun Kaupunginteatterin 70-vuotisesta historiasta kertovan juttusarjan toisessa osassa seurataan ulkoilmaspektaakkelia keskiaikaisen Turun ytimessä.*

Turun Kaupunginteatteri toimi ensimmäiset vuotensa Lounais-Suomen Maalaistentalon teatterihuoneistossa. Vuonna 1928 valmistunutta tilaa pidettiin ongelmallisena alusta alkaen. Katsomon kulmista ei nähnyt näyttämölle, ja henkilökunnalla oli lavantakaisista tiloista enimmäkseen pahaa sanottavaa.

Järkytys oli silti suuri, kun Maalaistentalon teatteritila syttyi tuleen loppiaisena 1954. Palokunta sai tulen rajattua, mutta valtaosa näyttämön sisustuksesta ja näyttämötekniikasta tuhoutui. Katsomo ja puvusto kärsivät savuvahingoista. Pian todettiin, että remontin sijaan olisi halvempaa rakentaa teatterille uusi talo.

Teatteritalon rakentamisen ajaksi tarvittiin väistötiloja. Alkuun esityksiä siirrettiin Åbo Svenska Teaterin tiloihin, mutta yhden lavan jakaminen kahden teatterin kesken osoitautui vaikeaksi. Väistötilaksi vakiintui pian Turun konserttitalo.

Toisinaan esityksiä kaavailtiin muihinkin tiloihin kuin konserttisaliin. Erityisen omaperäistä väistötilaa käytettiin *Jokamies*-näytelmän esityksissä.

### Vanha näytelmä rikkaan miehen kuolemasta

Jokamies on tuntemattoman englantilaisen kirjailijan moraliteetti 1400-luvun lopulta. Kristilliseen oppiin pohjautuva kertomus käsittelee sielun pelastusta allegoristen hahmojen kautta.

Moraliteetista on tehty useita mukaelmia. Vuonna 1911 itävaltalainen näytelmäkirjailija **Hugo von Hofmannsthal** julkaisi vanhan tekstin pohjalta oman uusioversionsa, jonka otsikko kuuluu *Jokamies – vanha näytelmä rikkaan miehen kuolemasta*.

Hofmannsthalin Jokamies käsittelee samoja teemoja kuin alkuperäisenkin moraliteetti. Riimitellyssä tekstissä Jumala ja Piru tavoittelevat rikkaan Jokamiehen sielua. Kuolema näyttäytyy Jokamiehelle ja kertoo lopun olevan lähellä. Jokamies yrittää ensin taivutella läheisiään ja Mammonaa mukaansa viimeiselle matkalle, mutta viimein hän kulkee rajan yli Uskon ja Hyvien töiden saattamana.

Suomalaisilla näyttämöillä Jokamies oli erityisen suosittu 1940–60-luvuilla. Yksin 1950-luvun aikana sitä esitettiin seitsemässä suomalaisessa ammattiteatterissa. Turussa Jokamies nähtiin ensi kertaa Turun Teatterissa vuonna 1930.

### **Tuomiokirkkotorin speaktaakkeli**

Turun Kaupunginteatterin Jokamies sai ensi-iltansa konserttitalissa tammikuussa 1956. Saman vuoden syyskuussa näytelmä tuotiin Turun tuomiokirkon portaille.

Teatterinjohtaja **Jouko Paavola** oli saanut hankkeelle innoitusta Itävallasta. Siellä moraliteettia oli esitetty Salzburgin tuomiokirkon pihalla keskiaikaisten mysteerinäytelmien tyyliin.

Ulkoilmassa esitetyssä Jokamiehessä oli speaktaakkelin tuntua. Kapellimestari **Almos Maattola** soitti tuomiokirkon uruilla **Jean Sibeliuksen** Kansallisteatterin kantaesitykseen säveltämää musiikkia. Urut pauhasivat Tuomiokirkkotorille kaiuttimien kautta.

Lavastukseltaan ulkoilmaesitys oli pelkistetty. Portaille seisoivat vain suuret juhlapöytät, ja näyttämöä valaisivat muutaman valonheittimen lisäksi avustajien kannattelemat soihdut. Puvuissa sen sijaan riitti ihasteltavaa. **Helvi Salon** suunnittelemaa puvustusta keuhuttiin silmää hivelevän kauniiksi.

Äänentoisto aiheutti ulkotiloissa ongelmia. Portaille asetellut mikrofonit eivät riittäneet välittämään kaikkien esiintyjien ääntä yleisölle. Liikenteen melu ja kirkontornin naakat häiritsivät myös Yleisradion äänitystä, kun näytelmä syksyllä 1957 radioitiin.

Jokamiehen ulkoilmatuotanto oli suomalaisittain erikoislaatuinen teatteritapahtuma ja sekä arvostelu- että yleisömenestys. Kuvapostin kriitikko **Aake Jermo** tosin epäili ensi-iltakritiikissään, että monituhatpäinen yleisö saapui paikalle pelkän sensaation houkuttelemaksi. Varmaan kansa jo ensi vuonna hiljentyi kuuntelemaan näytelmän sanomaa, hän puhisi arvostelussaan.

### **Jokamiehen paluu**

Jokamiestä esitettiin vuodesta 1956 vuoteen 1961. Tuomiokirkon portaille näyteltiin kymmenen esitystä. Näytelmän miehitys pysyi lähestulkoon samana näytäntökauden alusta loppuun.



Jokamiestä testattiin myös Turun Akatemiatalossa pääsiäisenä 1958. Kokeilu ei ollut menestyksekkäs. Salin akustiikka vaikeutti esiintymistä ja kulissien siirtäminen esityspaikalle oli vaikeaa.

Tilakokeilut jäivät kiehtomaan teatterinjohtaja Jouko Paavolaa. Hän olisi halunnut esittää **Molière**a Akatemiatalossa ja tuottaa kesäesityksiä Turun linnan pihalle. Käytännön hankaluudet veivät voiton haaveista, eivätkä Paavolan suunnitelmat koskaan toteutuneet.

Jokamies sai kuitenkin encorensa.

Turun Oopperayhdistys, Turun ja Kaarinan seurakuntayhtymä ja Turun kaupungin kulttuuritoimi toivat moraliteetin takaisin Tuomiokirkon portaille. Uusi Jokamies sai ensi-iltansa vuonna 1998. Esityskausi jatkui kesällä 1999, ja viimeiset näytökset nähtiin Turun 775-vuotisjuhlavuonna 2004.

## Jokamies

Suomen kantaesitys Kansallisteatterissa vuonna 1916. Ensi-ilta Turun Kaupunginteatterissa Turun konserttitalossa 27.1.1956.

Kirjailija Hugo von Hofmannsthal (1400-luvulta periytyvän moraliteetin pohjalta), käännös Huugo Jalkanen, musiikki Jean Sibelius, ohjaaja Jouko Paavola, musiikin johto Almos Maattola, puvustus Helvi Salo, näyttämökuva Allan Palmroth, tanssillinen ohjaus Taito Mäkelä

Rooleissa: Hemmo Airamo, Urho Harkola Toivo Hämeranta, Ritva Karivirta, Rauno Kuosmanen, Turkka Lehtinen, Inka Maattola, Taito Mäkelä, Senni Nieminen, Matti Pihlaja, Eino Raita, Sirkka-Liisa Rannikko, Paavo Roiha, Ralle Sabelli, Emil Saarinen, Sirppa Sivori, Seija Sora, Paavo Tuominen, Jussi Valtakoski, Ritva Valtakoski, Esko Vettenranta, Alpo Viika

## Väistötiloissa 50-luvulla

Vuonna 1954 Turun Kaupunginteatterin teatterisali tuhoutui tulipalossa. Turun konserttitalosta löydettiin väliaikainen paikka esityksille, mutta lisäksi teatteri tarvitsi muunlaisia väistötiloja.

Lavastamo muutti ensin vanhaan maneesiin Linnankadulla, sitten entiseen yliopiston laboratorioon Vähä-Heikkilässä. Kanslia ja puvusto siirtyivät Apteekkimuseon vieressä sijaitsevaan vanhaan puutaloon.

Historia toisti itseään, kun teatterin toimisto muutti samaan puutaloon teatteritalon peruskorjauksen alta keväällä 2014.

## My Fair Lady – musikaalimatalla Suomen Turussa

*Turun Kaupunginteatteri muutti vuonna 1962 omaan teatteritaloonsa. Talon avajaisvuonna mielenkiintoa herätti Broadwaylla menestyneen ”musicalin” suomenkielinen kantaesitys. Uuden teatteritalon uutta menestysteosta saavuttiin katsomaan joukolla niin Helsingistä kuin Joensuustakin.*

Musiikkiteatteri oli 1950–60-luvuilla turkulaisten suosiossa. Erityisesti pidettiin keskieu-rooppalaisista opereteista, ja Turun Kaupunginteatteri toikin jonkin klassikko-operetin ohjelmistonsa lähes vuosittain. Toisinaan operetteja moitittiin turhan viihteellisiksi, mutta yleisö vaati niitä ohjelmistoon. Innokkaat fanit kävivät katsomassa suosituimmat operetit moneen kertaan.

1960-luvulla amerikkalaislähtöiset musikaalit valtasivat alaa monen suomalaisen teatterin ohjelmistossa. Turun Kaupunginteatteri oli trendissä mukana. Teatterin ensimmäinen amerikkalainen musikaali oli Turun konserttitalossa vuonna 1960 esitetty *Annie mestariampuja*.

Uudesta teatteritalosta toivottiin entistä parempaa tilaa musiikkiteatterille. Niinpä musikaali *My Fair Lady* sai ensi-iltansa heti teatteritalon avajaisvuonna 1962, suuren näytämön kolmantena ensi-iltana.

### Professori ja kukkaistyttö

**Alan Jay Lernerin** ja **Frederick Loewen** musikaali *My Fair Lady* perustuu **Bernard Shaw’n** *Pygmalion*-näytelmään.

Tarinassa fonetiikan professori Henry Higgins ottaa vastaan haasteen: hänen tulee koulia torilla kukkia kaupusteleavasta Elizasta täydellinen seurapiirileidi. Higgins uskoo kielenkäytön olevan avain yhteiskunnalliseen nousuun, joten hän yrittää opettaa murretta puhuvan ja karkeatapaisen nuoren naisen ääntämään englantia kuningattaren tapaan.

*My Fair Lady* sai Suomen kantaesityksensä Svenska Teaternissa vuonna 1959, vain kolme vuotta teoksen maailmanensi-illan jälkeen. Turun Kaupunginteatteri nappasi musikaalin suomenkielisen kantaesityksen omaan ohjelmistonsa nopeasti Svenska Teaternin suosittujen esitysten päätyttyä.

**Ritva Arvelon** ohjaama esitys oli maailman ensimmäinen My Fair Lady, jota ei ohjattu, puvustettu ja lavastettu Broadwayn kantaesityksen mallin mukaan. Vapaat kädet saanut ohjaaja lisäsi musikaaliin uusia tanssikohtauksia. Alkuperäiseen versioon perehtyneet kriitikot totesivat kuitenkin ohjaukselliset muutokset melko huomaamattomiksi.

Kritiikeissä keuhuttiin niin ohjausta, puvustusta, lavastusta, koreografiaa kuin tekstin suomennostakin. Monet teoksen piirteet jakoivat mielipiteitä, ja esityksessä nähtiin myös monenlaista parannettavaa. Arvostelijat moittivat muun muassa orkesterin ensi-ilta-suoritusta rytmittömäksi ja näyttelijöitä hermostuneen haparoiviksi.

Musikaalin päärooleissa Elizana ja Higginsinä nähtiin **Ritva Valtakoski** ja **Esko Vettenranta**. Molempien roolityöt saivat hyvän vastaanoton, vaikkakin Vettenrannan Higginsiä soimattiin muutamassa arvostelussa ”turhan kovasta huutamisesta”.

### **Teatterilentoja Turkuun**

My Fair Ladysta tuli turkulaisittain ennennäkemätön menestys. Jo ensi-illassa nähtiin runsain joukoin helsinkiläisiä ja muita ”etäisempiä teatterinharrastajia” – Ilta-Sanomien reportterin mukaan jopa pieni ryhmä Nepalista!

Musikaalin maine kiiri nopeasti. Helsingin teatterikerho teki heti ensi-illan perään kolmen bussin ryhmämatkan Turkuun. Kaupunginteatterin väki juhlisti harvinaislaatuista vierailua tarjoamalla helsinkiläisille kahvit lämpiössä.

Esityskauden jatkuessa teatteri sai vastaanottaa koko joukon arvovieraita. Musikaalin kävivät katsomassa niin Turussa huippukokousta pitäneet diplomaatit, Neuvostoliiton kulttuuriministeri kuin eduskunnan sivistysvaliokuntakin.

Musikaali herätti myös koululaisten huomion. Loppukevään 1963 esityksissä vieraili yli 30 luokkaretkeläisten ryhmää opettajineen. Koululaisia saapui muun muassa Kouvolasta, Joutsasta ja Joensuusta.

Matkatoimisto Aero järjesti eri puolilta Suomea jopa teatterilentoja My Fair Ladyä katsomaan. Arvioitiin, että yli puolet My Fair Ladyn katsojista saapui teatteriin Turun ulkopuolelta.

### **Rakastettu Lady**

My Fair Lady esitettiin yhteensä 89 kertaa. Viimeinen esitys nähtiin vuoden 1963 uuden vuodenaattona.

Turun Kaupunginteatterin siihenastisen historian menestyneimmän teoksen näki yhteensä yli 54 000 katsojaa. Edellinen ennätysteos, konserttitalossa esitetty Viktoria ja hänen husaarinsa -operetti, ylti 26 000 katsojaan.

"Ladyn" jälkeen turkulainen Broadway-musikaalien sarja jatkui jo elokuvanakin tunnetulla *West Side Storylla*. Musikaalien kanssa ohjelmistossa vuorottelivat yhä wieniläisoperetit.

"Missä piilee musicalien nykyisen valtavan yleisönsuosion avain, on vaikea varmasti sanoa. Joka tapauksessa ne ovat terveesti ravistelleet ja tuulettaneet musikaalisen teatterin perinteitä, ne ovat operetin moderneja perillisiä, joissa sykkii nykypäivien kiihkeä elämänrytmi", Uuden Päivän toimittaja pohdiskeli My Fair Ladyn oltua ohjelmistossa vuoden päivät.

My Fair Ladysta on sittemmin tullut Suomen kolmanneksi esitetyin amerikkalainen musikaali. Turun Kaupunginteatterissa teos sai uusintaensi-iltansa vuonna 1979, ja yleisömenestys oli toisellakin kierroksella taattu. Rakastetun musikaalin näki yli 42 000 katsojaa.

### **My Fair Lady**

Suomen kantaesitys Svenska Teaternissa vuonna 1959. Ensi-ilta Turun Kaupunginteatterissa 26.10.1962.

Käsikirjoitus ja laulujen sanat Alan Jay Lerner (Bernard Shaw'n Pygmalionin pohjalta), musiikki Frederick Loewe, suomennos Ritva Arvelo, laulujen suomennos Reino Helismaa, ohjaaja Ritva Arvelo, musiikin johto Almos Maattola, lavastus Wolle Weiner, puvustus Helvi Salo, koreografia Telma Tuulos

Rooleissa: Markku Blomqvist, Aimo Hiltunen, Kirsti Karhi, Eero Keskitalo, Inke Maattola, Taito Mäkelä, Matti Pihlaja, Eino Raita, Sirkka-Liisa Rannikko, Risto Saanila, Emil Saarinen, Rami Sarmasto, Seela Sella, Anita Sohlberg, Paavo Tuominen, Kaarina Vahtonen, Ritva Valtakoski, Esko Vettenranta

Lisäksi 16 tanssijaa, kymmenen hengen kuoro ja Turun kaupunginorkesteri

## **Suomen ja Turun kielellä**

Turun Kaupunginteatterin vuoden 1962 *My Fair Lady* oli musikaalin suomenkielinen kantaesitys. Turun murteelle teos oli kuitenkin ehditty kääntää jo 1950-luvun puolella, kun Turun klassillisen lyseon teiniyhdistys esitti musikaalista Turun konserttitalossa *Mun sulone sussu* -nimisen mukaelman.

## Seitsemän veljestä – unohtumaton matka Impivaaraan

*Turun Kaupunginteatterin Seitsemän veljestä ruuhkautti 1970-luvun alkupuoliskolla lippukassan ja rikkoi katsojaennätykset. Näytelmän viimeisestä esityksestä on yli 40 vuotta, mutta Veljekset elävät yhä. Monelle teatterinystävälle retki Impivaaraan oli kokemus, joka ei unohdu koskaan.*

**Aleksis Kiven** *Seitsemän veljestä* on suomalaisen kirjallisuuden ja näyttämötaiteen järkäle. Seitsemän miehen kasvutarina sai ilmestyessään vuonna 1870 murska-arviot, mutta vuoteen 1970 mennessä romaani oli ehditty sovittaa näyttämölle jo yli sata kertaa.

Teatterinjohtajat **Kalle Holmberg** ja **Ralf Långbacka** aloittivat Turun Kaupunginteatterissa vuonna 1971. Uusien teosten lisäksi tuoreet johtajat ottivat tavoitteekseen tuoda ohjelmistoon uusia tulkintoja klassikoista.

Holmbergin mielestä mikään näyttämösovitus ei vielä ollut tuonut esille Seitsemän veljeksen kiinnostavimpia puolia. Kiven teos otettiin ohjelmistoon ja Holmberg listasi ohjauksensa lähtökohdiksi toiminnan, liikkuvuuden ja väljyyden.

Holmberg valitsi veljesten rooleihin seitsikon Turun Kaupunginteatteriin kiinnitettyjä nuoria miesnäyttelijöitä: **Esko Salminen**, **Juha Hyppönen**, **Heikki Kinnunen**, **Heikki Alho**, **Aarno Virtanen**, **Ilari Paatso** ja **Juha Muje** muodostivat Jukolan veljeskatraan turkulaisen inkarnaation. Myöhemmin **Vesa-Matti Loiri** korvasi Juha Hyppösen Tuomaan roolissa.

Seitsemän veljestä sai ensi-iltansa joulukuussa 1972. Alkoi ilmiö, jonka veroista ei ole nähty Turussa koskaan.

### Vallankumouksellinen veljessarja

Kolmen vuoden ajan loppuunmyydyille katsomoille esitetty Seitsemän veljestä kolahti moniin katsojiin niin kovaa, että näytelmään on yhä helppo palata muistoissaan.

”Pojat olivat niin aitoja. Olisi voinut kuvitella, että he ovat pompanneet lavalle suoraan kirjasta. Jukolan Juhani on juuri sellainen kuin Esko Salminen oli lavalla”, Seitsemää veljestä lukioikäisenä fanittanut **Erja Koskinen** muistelee.

Myös arvostelijat hullaantuivat esityksestä.

Helsingin Sanomien kriitikko **Sole Uexküll** kirjoitti haluavansa seistä päällään ja hurrata, Ilta-Sanomien **Matti Rinne** puolestaan kehui esityksen upeimmaksi koskaan nähdyksi Kiven romaanin näyttämötulkinnaksi.

Uusi ohjaus mullisti monien katsojien mielestä tavan, jolla klassikkoa oli aikaisemmin esitetty. Kehuja saivat etenkin teoksen vauhti, hauskuus ja veljesten yksilöllisyys. Aikaisemmin samanlaisiin rohdinpaitoihin puetut veljekset saivat Turussa omat vaatteet ja luonteet.

”Esitys teki nuoreenmieheen suuren vaikutuksen. Kaikki näyttelijät olivat uppoutuneet rooleihinsa valtavalla antaumuksella. Veljeksistä erotti selvästi, millainen kukin on luonteeltaan”, näytelmän ikimuistoisella luokkaretkellä nähnyt **Max Manner** kuvailee veljesparvea.

### **Lippuja jonottamassa**

Seitsemän veljestä -into sai nopeasti hurjia piirteitä.

Lippukassalle saatettiin tulla jonottamaan jo tunteja ennen sen avautumista. Jono venyi jopa satametriseksi, ja teatterin puhelinlinjat olivat toisinaan koko päivän varattuina. Eikö teatteri voisi siirtyä esittämään pelkkää Seitsemää veljestä, puhelimesta ihmeteltiin.

Oma-aloitteisimmat intoilijat ottivat selvää lipunmyyjien kotinumeroista lippuja tiedustellakseen. Jotkut jopa teeskentelivät puhelimesta olevansa näyttelijöiden parhaita ystäviä – turhaan. Vilkkaimpina päivinä eioota jouduttiin myymään sadoille kysyjille.

Suurimmat fanit ehtivät ajoittaisesta hullunmyllystä huolimatta katsomoon lukuisia kertoja.

”Näin näytelmän vain seitsemän kertaa. Todellakin, vain seitsemän! Eräs tuttu kävi nimittäin katsomossa kolmekymmentä kertaa”, Koskinen sanoo.

### **Rakkaita muistoja**

”Teatteri oli minulle nuorena paikka, josta hain elämyksiä. Esitys osui elämässäni juuri oikeaan hetkeen”, Koskinen kuvailee Seitsemän veljeksen tekemää lähtemätöntä vaikutusta.



”Esityksen muistelu palauttaa mieleeni monia muitakin hyviä muistoja lapsuusajoiltani Turussa”, Manner puolestaan kertoo.

Seitsemän veljestä elää siis edelleen, eikä ainoastaan katsojien muistoissa.

Näytelmän viimeinen, 242. esitys nähtiin vuoden 1975 uudenvuodenaattona. Heti seuraavana päivänä Yle esitti näytelmästä tehdyn tv-taltioinnin. Tallenne on sittemmin esitetty televisiossa useita kertoja ja julkaistu dvd:llä. Myös **Kaj Chydeniuksen** säveltämä musiikki soi yhä, levyillä ja konserteissa.

”Laulut kuulostavat yhä raikkailta, kun katson esityksestä tehtyä dvd:tä. Kyyneleet valuvat vieläkin, kun veljekset alkavat laulaa loppulaulua”, Koskinen sanoo.

### **Veljesten paluu**

Seitsemän veljestä palaa Turun Kaupunginteatterin ohjelmistoon yli 40 vuoden jälkeen, kun **Lauri Maijala** dramatisoi ja ohjaa Kiven kertomuksesta uuden version syksyllä 2017. Suomen satavuotisen itsenäisyyden juhlavuonna nähtävä teos kuuluu peruskorjatun teatteritalon avajaissyksyn ohjelmistoon.

Holmbergin Seitsemän veljeksen valtava suosio on Maijalan mielessä uutta ohjausta valmistellessa.

”Totta kai menestys aiheuttaa paineita, mutta onhan paineita kaikissa muissakin jutuissa, joita tekee. Mitään klassikkoa ei voisi tehdä uudestaan, jos täytyisi aina pelätä sitä, että jossakin oli aikaisemmin hieno versio”, Maijala sanoo.

Ohjaaja kertoo, että luvassa ei ole nostalgiaa, vaan Seitsemän veljestä syntyy syksyn 2017 henkiseen ja yhteiskunnalliseen tilaan. Tulkinnan painotukset selviävät vasta, kun harjoituskausi alkaa.

”Olkoon onnistuminen katsojan päätettävissä. Teemme varmasti aikamoisella vimmalta, toivottavasti innostus välittyy katsomoon”, Maijala toteaa.

Uusi tulkinta kiehtoo myös pitkän linjan fania. Erja Koskinen on jo päättänyt tulla katsomaan Seitsemän veljeksen uuden version.

”Jokainen aikakausi tekee klassikosta omannäköisensä”, hän tiivistää odotuksensa.

## Seitsemän veljestä

Kantaesitys Suomalaisessa Teatterissa vuonna 1898, ensi-ilta Turun Kaupunginteatterissa 15.12.1972.

Kirjailija Aleksis Kivi, dramaturgi Ritva Holmberg, ohjaaja Kalle Holmberg, musiikki Kaj Chydenius, lavastus Kaj Puumalainen, puvut Måns Hedström, valot Osmo Salo ja Timo Grönroos, äänitehosteet Orvo Piirto

Rooleissa: Esko Salminen (Juhani), Juha Hyyppönen / Vesa-Matti Loiri (Tuomas), Heikki Kinnunen (Aapo), Heikki Alho (Simeoni), Arno Virtanen (Timo), Ilari Paatso (Lauri) ja Juha Muje (Eero) sekä Kaarlo Gustafsson, Eeva Kantanen, Elis Laakkonen, Olavi Levula, Maikki Länsiö, Kapo Manto, Viljo Normela, Seppo Paarte, Esko Pesonen, Rose-Maria Precht, Maija-Liisa Peuhu, Riitta Rauhala, Risto Saanila, Olavi Saari, Erkki Tainio, Leena Takala, Juhani Tyynelä, Paavo Tuominen, Lauri Vaaja, Kaarina Vahtonen, Ritva Valtakoski, Esko Vettenranta ja lapsiavustajat

Lisäksi neljän hengen orkesteri

## 136 veljestä

*Seitsemän veljestä* on Suomen kolmanneksi suosituin näytelmä. Se on saanut ensi-iltansa ammattiteattereissa ainakin 136 kertaa. Ensi-iltojen määrässä ohi menevät ainoastaan Aleksis Kiven *Nummisuutarit* ja **Teuvo Pakkalan** *Tukkijoella*-musiikkinäytelmä.

Turun Kaupunginteatterissa Jukolan veljessarja temmelsi ensimmäistä kertaa vuonna 1950 **Jorma Nortimon** ohjauksessa. Veljekset palaavat Turkuun syksyllä 2017, tällä kertaa **Lauri Maijalan** ohjaamina.

## Punahilkka – rakkaus ja kuolema lähietäisyydellä

*1980-luvun lopulla turkulaista teatteria moitittiin jähmeästä ilmapiiiristä. Monet taitelijat tunsivat, että yhteys yleisön ja teosten välillä oli katkeamassa. Eräs reaktio oli tuoda esitys kirjaimellisesti lähemmäs yleisöä. Katsojat päästettiin roolihahmojen olohuoneeseen, kun Turun Kaupunginteatteri vei näytelmän 1800-luvun kaupunkipalatsiin.*

**Märta Tikkasen** vuonna 1986 julkaistu *Punahilkka*-romaani kertoo pienestä Punahilkasta, jonka vanhemmat eivät koskaan riitele ja jonka äidin kirjoituspöydälle ei ole kotonaa tilaa.

Kun Punahilkka kasvaa aikuiseksi, hän kohtaa Suden ja rakastuu, äitinsä varoituksista huolimatta. Riitaisassa sudenpesässä ei kuitenkaan ole Punahilkalle omaa tilaa sen enempää kuin tämän äidillä oli lapsuuden tukahduttavassa porvariskodissa.

Tikkasen teoksia on tuotu teatterilavoille harvakseltaan. Turun Kaupunginteatterin *Punahilkka – kuvia rakkaudesta ja kuolemasta* on Punahilkka-romaanin ainoa näyttämösovitus. Näytelmä sai ensi-iltansa vain kaksi vuotta teoksen ilmestymisen jälkeen, tammikuussa 1988.

Aikuisen Punahilkan roolin näytellyt **Eila Halonen** nostaa näytelmän esille eräänä uransa tärkeimmistä kokemuksista. Hänen mukaansa Tikkasen kirjasta oli hyvä lähteä rakentamaan näytelmää.

”Teksti käsitteli kaikki isot asiat, joita ihmisen elämässä on. Parisuhde, intohimo, kuolema, lapset, väkivalta, hellyys... Näytelmässä oli elämän perusmateriaali kohdallaan.”

Punahilkan dramatisoivat **Liisa Urpelainen** ja ohjaaja **Laura Jäntti**. Romaanin pirstaleinen kerronta hajotettiin palasiksi, joiden pohjalta kohtauksia improvisoitiin. Näytelmässä olivat läsnä samaan aikaan sekä Punahilkan lapsuus että aikuisuus.

Ratkaisua pidettiin onnistuneena. ”Keskinertainen kirja, erinomaista teatteria”, Turun Sanomien kriitikko **Jyrki Vuori** napautti.

### Empirepalatsista sudenpesäksi

*Punahilkka – kuvia rakkaudesta ja kuolemasta* sai ensi-iltansa Hjeltin talossa Vanhan Suurtorin laidalla, Turun vanhassa keskustassa.

Hjeltin talo valmistui vuonna 1831. 1980-luvulle tultaessa vanha kaupunkipalatsi oli ehtinyt toimia liiketilana ja putkana. Poliisilaitoksen poistuttua rakennus oli jäänyt tyhjilleen.

Ohjaaja Laura Jäntti näki rapistuneen talon täydelliseksi paikaksi Punahilkalle.

”Teatteritalossa sille ei ollut sijaa, eikä sitä oikeastaan sinne olisi voinut tehdä”, Jäntti totesi Turun Sanomien haastattelussa.

Näyttelijä Eila Halonen on samaa mieltä.

”Teos vaati ne huoneet, ja yleisön kosketusetäisyydelle. Tila mahdollisti esityksen.”

Pieneen esitystilaan mahtui 60 hengen yleisö, joka vaihtoi väliajalla istumapaikkaa huoneesta toiseen, Punahilkan lapsuudenkodista turkeilla vuorattuun sudenpesään. Lavastus syntyi talon oman arkkitehtuurin ehdoilla.

”Lavastaja **Tiina Makkonen** muovasi käyttöömmme kolme tilaa ja rappukäytävän. Työryhmä jeesasi muutostöissä esimerkiksi seiniä maalaamalla”, Halonen kertoo.

Hjeltin talo muokattiin Punahilkan kodiksi, mutta kaupungin omistuksessa olleen rakennuksen peruskorjaus uhkasi katkaista näytelmän esityskauden. Kaupungin rahapula koitui teatterinystävien onneksi. Kun remontti viivästyi, Punahilkka sai lisäesityksiä.

### **Vieraisilla Punahilkan olohuoneessa**

Yleisö jätti takkinsa Hjeltin talon eteiseen ja astui suoraan esityksen maailmaan, Punahilkan kotiin. Katsojat ylettivät paikoiltaan miltei koskettamaan näyttelijöitä.

”Oli jännittävää ja aika ihanaakin näytellä niin valtavan lähellä yleisöä. Isoa ilmaisua ei tarvittu, vaan ripsenvärähdyskin kantautui katsojille”, Halonen kertoo.

”Näyttelijälle kova paikka oli, että ilmaisun tuli olla täysin totta. Esittämisen taakse ei voinut mennä, joten olimme kaikki näytöksissä mukana sydänverellä.”

Punahilkka teki suuren vaikutuksen. Teatteri-lehti nosti sen kriitikkoäänestyksessään yhdeksi 1980-luvun tärkeimmistä teoksista – yhtenä kuudesta Helsingin ulkopuolisesta teoksesta listan neljäkymmenen esityksen joukossa.

”Etukäteen ajateltiin, että teos ei vedä. Kävikin juuri toisinpäin. Näytelmä oli niin suosittu, että olisimme voineet esittää sitä loppuikämme”, Halonen naurahtaa.

”Esitys oli yleisön mielestä järjettömän koskettava. Loppukiitoksissa katsomon tunne oli pakahduttava. Ihmiset oikeasti itkivät. Monelle näytelmä oli puhdistava ja vapauttava kokemus.”

Punahilkkan viimeinen esitys nähtiin viimein vuoden 1989 lopulla. Näytelmää esitettiin yhteensä 99 kertaa ja sen näki 6 099 katsojaa.

### **Vieraissa nurkissa**

Turun Kaupunginteatterin tilakokeilut eivät päättyneet Punahilkkään.

Vuonna 1988 sai ensi-iltansa myös **Juha Malmivaaran** ohjaama *Kohtauksia eräästä teloituksesta*, joka vei yleisön Linnankadun vanhaan köysitehtaaseen. Tehdas oli rapiolla ja ympäröivä alue autio ja synkkä. Yleisöä kuljetettiin pitkin 300 metriä pitkään tehdaskäytävään lavastettua Venetsiaa.

Uudet esitystilat aiheuttivat mielenkiinnon lisäksi nurinaa. Turkulainen-lehden kolumnisti **Heimo Kallio** ihmetteli, miten alle kolmekymmentä vuotta sitten vihitty teatteritalo ei enää kelpaa taiteen tekemiseen, vaan yleisön täytyy kompuroida tilapäisissä esityspaikoissa. Huonojalkaiset älkööt vaivautuko, Kallio puhahti.

Erikoisista esityspaikoista jäi kuitenkin hyviä muistoja sekä teosten katsojille että niiden tekijöille.

”Tilan vaihtaminen vaatii oman vääntönsä jo ihan teknisestikin, mutta uusi tila saattaa tuoda mukanaan uutta ajattelutapaa”, Eila Halonen summaa.

### **Punahilkka – kuvia rakkaudesta ja kuolemasta**

Kantaesitys Turun Kaupunginteatterissa 29.1.1988.

Kirjailija Märta Tikkanen, suomennos Eila Pennanen ja Liisa Urpelainen, dramaturgia Laura Jäntti ja Liisa Urpelainen, ohjaaja Laura Jäntti, lavastus Tiina Makkonen, puvustus Päivi Tiura, valot Timo Grönroos, äänisuunnittelu ja musiikkidramaturgia Bert Karlsson, tarpeiston suunnittelu Pirkko Varjonen

Rooleissa: Eila Halonen (Punahilkka), Tapio Kouki (Isä), Seppo Maijala (Susi), Marja Pesonen (Äiti), Jukka Pitkänen (Pikkuveli), Tuire Salonen (Pikku-Punahilkka, Sudenpentu)

## Näyttämönä Turku

*Punahilkka – kuvia rakkaudesta ja kuolemasta* oli ensimmäinen esitys, jonka Turun Kaupunginteatteri esitti oman talonsa ulkopuolella sitten vuoden 1962, jolloin teatteritalo valmistui.

Sittemmin teatteri on tehnyt useita ekskursioita teatterisalien ulkopuolelle. Muun muassa höyrylaiva Ukkopekka, Turun tuomiokirkko ja Vähätori ovat taipuneet teatterilavoiksi. Esityksiä on viety myös Turun keskiaikaisille markkinoille ja vanhainkoteihin.

## Viiru ja Pesonen – Pikkolon supertähdet

*Viiru ja Pesonen teki Turun Kaupunginteatterin Pikkolossa kaikkien aikojen esityskertaennätyksen. Viisitoista vuotta kestäneen esitysjakson aikana kissa ja ukko tutustuttivat kymmeniätuhansia turkulaislapsia – ja aikuisiakin – teatterin maailmaan.*

Viiru ja Pesonen -kirjat kertovat vanhasta miehestä, joka elää maatilalla kanojen ja puhuvan kissansa kanssa. Ruotsalaisen **Sven Nordqvistin** kirjoittamia kirjoja on käännetty 47 kielelle ja niitä on myyty yhteensä 13 miljoonaa kappaletta.

Kirjoja on sovitettu muun muassa teatteriin, valkokankaalle, tietokonepeleiksi ja sarjakuviksi. Oma lukunsa Viirun ja Pesosen kertomuksessa on menestystarina Turun Kaupunginteatterin Pikkolossa.

Pikkolo-näyttämö perustettiin vuonna 1990 vanhaan varastotilaan. Uuden näyttämön ohjelmistoon haluttiin sekä lapsille että aikuisille sopivia, nukketeatteeria perinteiseen näyttelijäntyöhön yhdistäviä teoksia.

Muutaman ohjelmistovuoden jälkeen näyttelijät **Esko Aarre-Ahtio** ja **Lasse Hjelt** löysivät kumpikin tahoillaan Nordqvistin kirjat ja ehdottivat Pikkoloon niihin perustuvaa näytelmää. Findus ja Pettson olivat jo seikkailleet Wasa Teaterissa, mutta Turkuun ryhdyttiin puuhaamaan tarinan suomenkielistä kantaesitystä.

Viiru ja Pesonen sai ensi-iltansa Pikkolossa maaliskuussa 1993.

### Lapsille, kunnolla

Näytelmä osoittautui nopeasti huippumenestykseksi, ja sadannen esityksen jälkeen teatterinjohtaja **Ilpo Tuomarila** tiedusteli työryhmältä jatko-osaa. Teossarja venyi lopulta kahdeksan näytelmän ja viidentoista vuoden mittaiseksi.

Viiru ja Pesonen oli monelle lapselle elämän ensimmäinen teatterielämys, joten yleisö otettiin monin tavoin huomioon. Näyttelijät jäivät jokaiset näytöksen jälkeen tapaamaan pieniä teatterinystäviä. Näytelmien suunnittelussa käytettiin psykiatri **Ilpo Lahden** apua. Psykiatri varmisti, että esitykset olivat lapsille täysipainoisia ja turvallisia.

”Tätä näytelmää ei tehdä ylhäältä alaspäin vaan lasten tasolla, lasten ajatukset ja tunteet huomioiden”, Lahti tiivisti Turun Sanomien haastattelussa.

”Meillä näyttelijöillä ei ollut sen kummempaa asiantuntemusta kuin kova tarve tehdä lapsille kunnolla. Pikkoloon valittiin nimenomaan ne tekijät, jotka halusivat tehdä lapsille”, Pesosen roolin esittänyt Esko Aarre-Ahtio kertoo.

### **Viidentoista vuoden työ**

Viidentoista esitysvuoden aikana Viirut ja Kososet vaihtuivat, mutta Pesonen pysyi. Aarre-Ahtio esitti roolia parhaimmillaan 180 näytöstä vuodessa.

Näyttelijä kertoo, että hän ei koskaan päässyt kyllästymään rooliinsa. Vaikka lapsiyleisöä ei pyritty osallistamaan, eläväiset katsojat toivat esityksiin vaihtelevaa tunnelmaa.

”Joka ilta oli aina vähän erilainen. Näyttelijäryhmässä oli mukana uskomattomia improvisoijia, joten kaikista tilanteista selvittiin.”

Lasse Hjelt ohjasi kaksi ensimmäistä Viiru ja Pesonen -näytelmää. Seuraavissa osissa puikkoihin siirtyi Aarre-Ahtio, joka vastasi myös näytelmien dramatisoinnista ja puvustuksen ja lavastuksen suunnittelusta. Teossarjasta tuli tekijälleen ympärivuorokautinen seuralainen.

”Stressihän siinä iski. Harjoitusaikoina neljätoista tuntia teatterissa ei ollut mikään poikkeus. Eikä ajatustyö tietenkään loppunut siihen, kun käveli talosta ulos. Pidin sängyn vieressä lattialla paperinippua, johon saatoin kirjoittaa yön aikana saamani ideat”, Aarre-Ahtio sanoo.

### **Ennätyslukuja**

Viiruja ja Pesosia esitettiin 15 vuoden aikana yhteensä häkellyttävät 1 587 kertaa. Tämä tarkoittaa, että jos Turku olisi Broadway, Viirut ja Pesoset peittoaisivat yhteenlaskeutuissa esityskerroissa esimerkiksi musikaalit *Jekyll & Hyde* (1 573 esitystä) ja *Billy Elliot* (1 312 esitystä) sekä *Amadeus*-näytelmän (1 354 esitystä).

”Parhaina aikoina kevätkauden myyminen aloitettiin maanantaiaamuna ja liput oli myyty iltopäivään mennessä. Toisaalta se oli kurjaakin – oli niin paljon ihmisiä, jotka jouduimme käännyttämään pois”, Aarre-Ahtio kertoo.

Virallisissa papereissa Pikkoloon mahtui 65 katsojaa. Toisinaan määrässä joustettiin.

”Lippuluukulla opittiin, että Pikkoloon mahtui kyllä muutama ylimääräinenkin katsoja. Joskus he päästivät sisään vähän liikakin ylimääräisiä”, Aarre-Ahtio jatkaa.



Yhteensä Viirut ja Pesoset saivat 91 171 katsojaa. Määrä on melkoinen – jopa silloin, kun sitä verrataan Turun Kaupunginteatterin kaikkien aikojen ennätykseen, 146 745 katsojaa houkutelleeseen Seitsemään veljekseen.

”Meille ehdotettiin jos jonkin kerran, että emmekö voisi siirtyä Sopukkaan. Mutta mihin sitä kukaan kotoaan lähtee? Pikkolon intiimiys oli mielestämme hieno asia, sillä saatoimme käyttää hyvin pieniä keinoja. Sopukassa sävyt olisivat hävinneet ympäröiviin kuutiometreihin”, Aarre-Ahtio pohtii.

### **Mennyt ja tulevaa**

Viimeinen Viiru ja Pesonen esitettiin vuonna 2008. Aarre-Ahtio arvelee, että katsojia olisi vielä riittänyt. Vuonna 2008 aloittanut teatterinjohtaja **Raija-Liisa Seilo** halusi kuitenkin uudistaa Pikkolon ohjelmistoa, joten kissalle ja ukolle koitti lähdön hetki.

”Viimeisissä esityksissä meillä oli tosi haikea olo”, Aarre-Ahtio sanoo.

Lastenteatteri ei enää palaa Pikkoloon.

Entinen varasto oli näyttämönä sangen epäkäytännöllinen. Sillä ei ollut omaa kulissivarastoa tai muita takatiloja, joten lavasteet vaihdettiin päänäyttämön orkesterimontun kautta. Niinpä Pikkolosta luovutaan teatteritalon peruskorjauksessa.

”Pienimmille katsojille suunnattu teatteri pääsee parempiin tiloihin. Jatkossa pienimuotoiset esitykset nähdään Sopukassa. Myös päänäyttämölle tulee tarjontaa lapsille ja nuorille”, Turun Kaupunginteatterin johtajat **Arto Valkama** ja **Mikko Kouki** kertovat.

Teatterinjohtajat lupaavat, että nouseva polvi pidetään mielessä ohjelmistoa suunniteltaessa.

”Lähdemme siitä, että joka kausi ohjelmistosta löytyy jotain lapsikatsojille suunnattua.”

## **Viiru ja Pesonen**

Suomenkielinen kantaesitys *Viiru ja Pesonen* Turun Kaupunginteatterissa 26.3.1993.

Sarjassa seurasivat *Viiru ja Pesonen telттаilevat* (1995), *Viiru ja Pesonen kylvöpuuhissa* (1998), *Viirun ja Pesosen joulupuuhat* (1999), *Viiru puijaa Pesosta* (2001), *Viirun ja Pesosen synttärit* (2003) ja *Kun Viiru katosi* (2005). *Viirun ja Pesosen kylvöpuuhat* aloitti vuonna 2007 toisen kierroksen.

Sven Nordqvistin kirjojen pohjalta dramatisoineet ja ohjanneet Lasse Hjelt (dramaturgia ja ohjaus *Viiru ja Pesonen*, ohjaus *Viiru ja Pesonen telттаilevat*) ja Esko Aarre-Ahtio. Sävellys Joonas Lukala (v. 1999 alkaen). Lavastus ja puvustus Esko Aarre-Ahtio, tarpeisto Pirkko Varjonen.

Rooleissa: Esko Aarre-Ahtio (Pesonen), Kaija Kangas / Sari Jokinen / Miia Saarinen (Viiru), Usko Keskinen / Jarmo Alonen / Raino Rissanen / Jukka Aaltonen / Eero Ahava (Kosonen, useita rooleja), Jouni Röyskö (nukettaja, useita rooleja)

## **Lapsiteatteri**

Turun Kaupunginteatterilla on pitkät perinteet lastenteatterin näyttämönä. Vuonna 1947 vastaperustettu teatteri aloitti lasten näyttämötoiminnan, jossa lapset esiintyivät lapsille suunnatuissa näytelmissä. Ensi-iltoja oli vuoden aikana jopa kolme.

Lapsiteatterin toiminta hiipui 1950-luvun puolivälissä. Lastenteatteri säilyi osana teatterin ohjelmistoa, mutta tekijät vaihtuivat. Aikuisnäyttelijät alkoivat esiintyä myös nuorimille katsojille.

## Elisabeth – musikaali keisarinna kuolemasta

*Turun Kaupunginteatteri toi ensimmäisenä suomalaisena teatterina ohjelmistoonsa keskieurooppalaisen draamamusikaalin. Teos osoittautui nappivalinnaksi. Musikaalia fanitettiin innolla, joka yllätti esiintyjät ja elää katsojien muistoissa.*

Vuosituhaten taitteessa turkulainen teatteri halusi hätkäyttää. Yleisön huomiota tavoiteltiin monenlaisilla suuren luokan yhteistuotannoilla, kuten Tuomiokirkossa esitetyllä kirkko-oopperalla ja Aurajoen museolaivojen kansille lavastetulla oopperalla.

Turun Kaupunginteatterikin kunnostautui spehtaakkien näyttämönä. Ohjaaja **Katariina Lahden** johdolla toteutettiin muun muassa 26 näyttelijän voimin esitetty klassikkotulkinta *Vihan hedelmät* (1992), viisituntinen suurnäytelmä *Merlin – paholaisen poika* (1997) ja Turun keskiaikaisilla markkinoilla nähty *Peuraneito ja Sarvikuono* -fantasia (2002).

Isoihin ja näyttäviin tunnelmiin palattiin vuonna 2005 ensi-iltansa saaneessa, Lahden ohjaamassa *Elisabeth*-musikaalissa. Turun Kaupunginteatteri tarttui jälleen myyttiseen aiheeseen, legendaksi muodostuneeseen Itävallan keisarinna Sissiin.

### Keisarinna ja Kuolema

**Michael Kunzen** kirjoittama, **Sylvester Levayn** säveltämä, Wienissä vuonna 1992 kantaesitetty Elisabeth-musikaali perustuu faktoihin keisarinna **Elisabetin** elämästä.

Musikaalin keskushenkilö on hovin sääntöihin sopeutumaton, pohjimmiltaan onneton nainen, joka ei löydä maailmasta itselleen sopivaa paikkaa. Läpisävelletty musikaali seuraa hänen elämänsä lapsuudesta kuolemaan.

Tarinassa on myös kuvitteellinen, yliluonnollinen puoli. **Thérèse Karlssonin** esittämällä Elisabethilla oli kaksi kilpailevaa kosijaa: **Tomi Metsäkedon** tulkitsema keisari ja **Mika Kujalan** muodon ottanut Kuolema.

”En osannut muuta kuin hämmästellä nerokasta kolmiodraamaa. Kuinka kenenkään mieleen tulee kirjoittaa henkilöksi rakastunut Kuolema?” musikaalin faniksi tunnustautuva kirjailija **Tommi Kinnunen** ihailee.

Kuoleman rooli oli mieleenpainuva kokemus myös esittäjälleen.

”En yrittänyt kuvata kuoleman hahmoa, vaan roolini oli olla kilpakosija – vieläpä harvinaisen pikkusieluinen ja ilkeä sellainen”, Mika Kujala kertoo itselleen tärkeästä roolista.

”Kuoleman roolissa natsasi kaikki, mitä voin musikaaliroolilta toivoa. Biisit olivat hienoja ja sopivat äänialalleni, rooli oli liikunnallinen. Siinä sai myös tehdä kaikenlaisia temppuja, esimerkiksi käänteisen benji-hypyn.”

Turun Kaupunginteatterin Elisabeth oli ensimmäinen Suomessa nähty keskieurooppalainen draamamusikaali. Ohjaus ja lavasteet toteutettiin wieniläisten luonnosten pohjalta, mutta omilla mausteilla ja muutoksilla.

”Turussa keisarinna oli vielä itsenäisempi kuin Wienissä, miehet jäivät täysin hänen jalkoihinsa. Lavastuksen peruselementit olivat Wienistä tuttuja, mutta niiden luoma synkänkaunis tunnelma muistutti vielä enemmän maailmanlopun aikoja. Kultaus oli rapissut pois ja ylellisestä loistosta näki enää muistoja”, useita Elisabeth-tuotantoja nähnyt **Laura Ulmanen** kuvailee.

”Toisaalta minulle jäi sellainen vaikutelma, että esimerkiksi ilotalokohtauksesta ei ohjauksessa uskallettu ottaa kaikkea irti, etteivät yleisön vanhukset saisi sydänkohtausta.”

### **Musikaali-intoa**

Musikaali herätti mielenkiintoa: puolet lipuista varattiin ennakoon, ja ensi-illan jälkeen esitys sai kiitosta useilta kriitikoilta. Yleisökin otti Elisabethin lämmöllä vastaan.

”Näin musikaalin muistaakseni kaksi tai jopa kolmekin kertaa. Se on upean visuaalinen havisevasiipisine kuolemanenkeleineen ja jättikokoisine kruunuineen”, Kinnunen muistelee.

Moni katsoja innostui musikaalista fanitukseen asti.

Turun Kaupunginteatterin nettisivustolla testattiin 2000-luvun alkuvuosina keskustelupalstaa. Yleisö ei juuri kiinnostunut palstalle kirjoittamisesta – paitsi Elisabethin kohdalla. Elisabeth-aiheisia viestejä kertyi sivustolle satamäärin. Erityisesti suitsutettiin Kuolemaa.

”Teatterin nettisivuilla syntyi pitkiä keskusteluja Elisabethista. Siellä juteltiin hahmoista ja pohdittiin, kehtaako Suomessa mennä henkilökunnan ovelle hakemaan Mika Kujalan nimmaria”, Ulmanen kertoo keskustelusta.

"Palstalla tuli itsekin käytyä, kerran tai kaksi. Kommentteja oli kauhea määrä. Oli aika hämmentävää, että yhdestä jutusta tuli niin paljon positiivista palautetta", Kujala sanoo.

Kujalan mukaan nimikirjoitusten metsästäjiin törmäsi vain satunnaisesti, mutta innokkaat katsojat muistivat ihailemaansa näyttelijää toisilla tavoilla.

"Mieleeni on jäänyt erityisesti lahjaksi saamani nalle, joka oli puettu Kuoleman asuun. Kuulemma muutamalla fanilla oli jopa *Kujala on Kuolema* -tekstillä varustetut rintanapit!" Kujala naurahtaa.

### **Menestyksen elementit**

Kaikkiaan Elisabeth-musikaalin näki yli 49 000 katsojaa. Mika Kujala palkittiin vuonna 2006 sekä Turun kaupungin taidepalkinnolla että Turun teatterikerhon Naamio-reliefillä.

"Kyllä sitä itsekin tunsu onnistuneensa. Teos oli hieno ja kaikki elementit ensemblestä visuaaliseen puoleen toimivat. En tosin tiedä, mikä juuri omassa roolissani meni niin ihmisten ihon alle", Kujala pohtii Elisabethin menestystä.

"Ei sitä oikeastaan voi analysoida. Jos olisi mahdollista sanoa, mistä menestys johtuu, kai sitten tekisi kaikki jutut siten."

Tommi Kinnusella on teoriansa siitä, mikä musikaalissa kolahti.

"Pidin siitä, että esitys ei ollut kovin helppo eikä yksinkertainen. Massatuotantomusikaalit eivät vaadi katsojalta paljoa, mutta tämä oli erilainen. Ehkä meidän kannattaisi enemmänkin kokeilla saksalaiselta kulttuurialueelta tulevia tekstejä?"

### **Elisabeth**

Suomen kantaesitys Turun Kaupunginteatterissa 23.9.2005.

Käsikirjoitus ja laulujen sanat Michael Kunze, musiikki Sylvester Levay, käännös Esko Elstelä, ohjaaja Katariina Lahti, koreografia Outi Martikainen, puvustus Tarja Simonen, lavastus Kati Lukka, valosuunnittelu Jukka Kyllönen, peruukit ja naamiointi Pekka Helynen

Ohjaus ja lavastus Wienin kantaesityksen luonnosten pohjalta (ohjaus Harry Kupfer, lavastus Hans Schavernoch)

Rooleissa: Thérèse Karlsson (Elisabeth), Mika Kujala (Kuolema), Ilkka Hämäläinen (Lucheni), Tomi Metsäketö (Franz Josef), Kirsi Tarvainen (Arkkiherttuatar Sophie), Tomi Varho (Rudolf), Heikki Harinen, Ari-Matti Hedman, Krista Kantola, Jenni Kurkinen, Terhi Lehtovaara, Kari Lineri, Salla-Maria Orvasto, Lasse Pajunen, Marja Pesonen, Niilo Rantala, Petri Rajala, Kristina Raudanen, Riitta Salminen, Lauri Vasiaginas, Terjo Vihersalo, Marko Virtanen

### **Keisarinna Elisabet**

**Elisabet** (1837–1898) oli Baijerin herttuatar, Itävallan keisarinna ja Unkarin kuningatar. Hänet tunnetaan erityisesti kauneudestaan ja työstään Itävalta-Unkarin kaksoismonarkian perustamiseksi.

Monien Wittelsbachin hallitsijasuvun jäsenten tapaan Elisabet kärsi mielenterveyden ongelmista. Ulkonäköään ja painoaan pakonomaisesti tarkkaillut keisarinna saattoi sairastaa anoreksiaa.

Elisabet kuoli 60-vuotiaana, kun italialainen anarkisti **Luigi Lucheni** iski viilan hänen sydämeensä.

## Jekyll & Hyde – tekoverta ja teatterin taikaa

*Jekyll & Hyde -musikaali jäi monen katsojan mieleen silkan näyttävyytensä vuoksi. Musikaalin kuvitteellinen maailma muuttui todeksi kulissien takana – ja joskus niiden alla – työskentelevien ammattilaisten käsissä.*

**Frank Wildhornin** säveltämä *Jekyll & Hyde* -musikaali perustuu **Robert Louis Stevensonin** pienoisoromaaniin vuodelta 1886. Alkuperäisteos kertoo melko suoraviivaisen tarinan herra Uttersonista, joka selvittää ystävänsä tohtori Jekyllin ja salaperäisen pahantekijän herra Hyden välistä yhteyttä.

Jekyllin ja Hyden välisen suhteen laadusta on sittemmin tullut yleistietoa, joten musikaalissa kauhuklassikkoon on lisätty romantiikkaa. Lisäksi musikaalin tarina pyrkii selittämään, miksi tohtori Jekyll tekee kehnosti päättyvän ihmiskokeensa.

*Jekyll & Hyde* sai Suomen ensi-iltansa Turun Kaupunginteatterissa helmikuussa 2013 **Tuomas Parkkisen** ohjaamana.

### Yksityiskohdilla aitoutta

*Jekyll & Hydessä* näyttämöä hallitsivat suuret lavaste-elementit, jotka muuntuivat milloin ilotaloksi, milloin laboratorioksi. Puvustusta inspiroi viktoriaaninen tyyli runsaine helmoineen ja silinterihattuineen.

”**Teemu Loikkaan** konkreettisesti vinksautanut lavastus on upea ja muuntuu käsittämättömän moneen. Tunnelmaa puolestaan luovat **Janne Teivaisen** suunnittelemat valot. En voi kuin ihailla, ihailla, ihailla”, Kujerruksia-kulttuuriblogin **Linnea Peurakoski** kiteytti.

Pukujen, valojen ja lavastuksen lisäksi esitys vaatii rekvisiittaa. Teatterin tarpeiston vastuulla ovat lavalla tarvittavat esineet kirjahyllyn kirjoista irtonaisiin ruumiinosiin. *Jekyll & Hydessä* tarpeistoa työllisti erityisesti tohtorin laboratorio koeputkineen ja säilöttyine aivoineen.

Tarpeistonvalmistaja **Pauliina Uotilan** mukaan pienetkin detaljit lisäävät näyttämölle rakennettavan maailman todentuntuisuutta. *Jekyll & Hydessä* huolellisuus näkyi muun muassa lääkepullojen käsin kirjoitetuissa etiketeissä.

”Joku voi ajatella, että ne eivät näy yleisöön, mutta kyllä niillä on vaikutusta. Yksityiskohdat tuovat aitoutta.”

”Joskus etiketeissä saattaa kyllä lukea jotain levotonta”, Uotila naurahtaa ja nostaa varaston hyllyltä esille lasipurkkiin säilötyn sikiön, jonka nimilapussa lukee *Veli Sikiö* – musikaalin nimirooleja esittäneen **Riku Niemisen** Putous-hahmon mukaan.

### **Liekkejä, verta ja kätketty stiletti**

Jekyll & Hyden juonessa murhataan ja sekoitellaan kemiallisia aineita, joten lavalla nähtiin veriroiskeita, tulta ja räjähdyksiä.

Valaistus- ja erikoistehostemestari **Tero Aalto** kertoo, että näyttämöllä palaa alkoholi, jonka palamistuotteina syntyy savun sijasta vettä ja hiilidioksidia. Turvallisuus on pyrotekniikkaa käytettäessä aina etusijalla ja sammutuspeitteet odottavat sivunäyttämöllä.

Jekyll & Hydessä liekit etenivät samaa tahtia laulun kanssa. Hallitusti leviävän tulipalon toteuttaminen on millilitrapeliä. Tulipalo sytytetään kauko-ohjaimella ja sen kesto ajoitetaan mittaamalla polttoaine tarkasti. Tuli sammuu, kun alkoholi on palanut loppuun.

Kaukosäätimellä voidaan sytyttää jopa ihminen. **Jukka Aaltosen** roolihahmo koki Jekyll & Hydessä liekehtivän kuoleman.

”Näytti siltä, että Hyde nakkasi tulitikun uhrin päälle ja tämä syttyi liekkeihin. Totuus on, että kuumuutta kestävästä aramidikuidusta tehty viitta napsautettiin langattomasti palamaan. Esiripun laskeuduttua juoksin sutena paikalle ja sammutin Jukan sammutuspeitteellä”, Aalto kertoo.

Ehkäpä hurjin temppu oli kuitenkin kohtaus, jossa **Riitta Salmisen** roolihahmo joutui herra Hyden uhriksi. Murhaajan ampuessa seinälle roiskui verta ja aivoja. Salmisen niskaan oli kohtauksessa asennettu pehmusteiden päälle pieni räjähdyspanos, jonka päällä oli tekooveripussi ja trasselia. Riku Niemisen esittäessä ampumista langaton panos ja ääniefekti laukaistiin yhtä aikaa.

Panos lähti Salmisen niskasta kohti takaseinää hengenvaarallista 2000 metrin sekuntivauhtia – nopeammin kuin useimpien aseiden luodit. Näyttämöllä pidettiin huolta siitä, että kukaan ei kävellyt Salmisen takana murhakohtauksen aikana.

Aalto huomauttaa, että myös teatteriasetta käsitellessä noudatetaan ehdotonta varovaisuutta, vaikka niillä ei voikaan oikeasti ampua.

”Katsomosta näyttää, että näyttelijä osoittaa jotakuta kohti, mutta todellisuudessa hän osoittaa metrin ohi.”



Tarpeistollakin oli osansa väkivaltakohtauksissa. Teatteriasheet ostetaan usein valmiina, mutta erikoisimmat kapistukset täytyy rakentaa itse. Pauliina Uotila valmisti Jekyll & Hydeen kävelykepin sisään piilotetun stiletin.

”Se oli haastava työ, sillä se vaati toimiakseen mekanismin ja lisäksi terän tuli olla pienikokoinen. Mekanismi oli herkkä, joten tein samalla kertaa myös varakepin.”

### Vaihtoja

Teatterin näyttämöllä lavasteet vaihtuvat käsityönä. Vaihdoista huolehtivat mustiin pukeutuneet näyttämömiehet. Jekyll & Hydessä näyttämömiehenä työskennellyt **Eetu Mendolin** kertoo musikaalin lavastevaihtojen olleen niin nopeita ja vaikeita, että näyttämötekniikalla oli omia harjoituksiaan.

Muutamassa kohtauksessa näyttämömieheltä vaadittiin erityistä notkeutta.

”Laboratorion etuosassa oli alle metrin korkuiset liikkuvat portaat. Olin portaiden alla lähes kontallani työntämässä niitä eteenpäin. Kaverini ihmettelivät esityksen nähtyään, liikkuvatko portaat kauko-ohjauksella!”

Lavasteet pyritään vaihtamaan huomaamatta, mutta joskus näyttämö mies pääsee näkyville. Mendolin mainitsee, että hänellä oli musikaalissa stunt-varjon rooli.

”Loppukohtaukseen haluttiin Hyden uhkaava, kasvava varjo. Riku Niemisen piti samaan aikaan ehtiä lavalle, joten tulin laboratorion sisältä kovalla kiireellä, puin ylleni hännystakin ja silinterin ja olin hetken ajan Jekyll ja Hyde.”

”Sain myös toimia Jukka Aaltosen sijaisena, kun pyroteknikot Tero Aalto ja **Ilkka Stolt** harjoittelivat ihmisen sammuttamista. Makasin sivunäyttämöllä kolme tai neljä kertaa ilmiliekeissä”, Mendolin kertoo.

### Vain vaneria

Jekyll & Hydeä esitettiin koko esityskautensa ajan täysille katsomoille. Yhteensä musikaalin näki 32 000 katsojaa.

Kun näytökset loppuivat vappuna 2014, Turun Kaupunginteatterin peruskorjaukseen valmistauduttiin jo kovaa kyytiä. Paljon tavaraa joutui remontin alta myyntiin tai roskalavalle, mutta esimerkiksi Jekyll & Hydessä käytetty pistooli odottelee lukkojen takana uusia rooleja. Myös laboratoriossa nähdyt kallot ja aivot säästettiin varastoon.

Eetu Mendolin hymähtää, että musikaali opetti hänelle jotain olennaista teatterin taia-

”Jekyll & Hyde sai minut todella ymmärtämään, että teatteri on suurta huijausta. Laboratorio näytti hienolta jalopuulta – mutta sehän oli kaikki vain vaneria!”

## **Jekyll & Hyde**

Suomen kantaesitys Turun Kaupunginteatterissa 22.2.2013.

Käsikirjoitus Leslie Bricusse, laulujen sanat Leslie Bricusse ja Steve Cuden, musiikki Frank Wildhorn, käännös Tuomas Parkkinen, Jussi Vahvaselkä ja Kristina Vahvaselkä, ohjaaja Tuomas Parkkinen, koreografia Osku Heiskanen, puvustus Pirjo Liiri-Majava, lavastus Teemu Loikas, valosuunnittelu Janne Teivainen, äänisuunnittelu Jari Tengström, naamioinnin suunnittelu Heli Lindholm

Rooleissa: Riku Nieminen (Henry Jekyll / Edward Hyde), Anna Victoria Eriksson (Lucy Harris), Jennie Storbacka (Emma Carew), Severi Saarinen (John Utterson), Mika Kuja-la / Heikki Sankari (Danvers Carew), Jukka Aaltonen, Juha Antikainen, Mikael Haavisto, Samuel Harjanne, Pekka Hiltunen, Minna Hämäläinen, Anna-Maija Jalkanen, Mikko Jokinen, Lauri Ketonen, Otto Kivekäs, Petra Kosola, Mikko Nuopponen, Salla-Maria Orvasto, Antti L. J. Pääkkönen, Petri Rajala, Pauliina Saarinen, Suvi Salospohja, Riitta Salminen, Hanna Silander, Viljami Vahvaselkä, Anne Vihelä

## **Palkittua näytävyyttä**

Jekyll & Hyde -musikaalin ulkonäkö teki vaikutuksen moniin. Pukusuunnittelija **Pirjo Liiri-Majava**, lavastaja **Teemu Loikas** ja valosuunnittelija **Janne Teivainen** vastaanottivat tammikuussa 2014 Turun teatterikerhon säätiön tunnustuspalkinnon musikaalin visuaalisesta toteutuksesta.